

**Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Харківська національна академія міського господарства**

**І. М. Писаревський
М. В. Тонкошкур**

Планування та організація туристських маршрутів

Підручник

*Рекомендовано
Міністерством освіти і науки України*

**Харків
ХНАМГ
2012**

УДК [379.85:338.48:796.5](075.8)

ББК 65.433я73-1

ПЗ4

Рецензенти

В. М. Соболев – доктор економічних наук, професор Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна;

Л. О. Українська – доктор економічних наук, професор Харківського національного економічного університету.

Рекомендовано

Міністерством освіти і науки України
як підручник для студентів вищих навчальних закладів
(Лист № 1.4/18-Г-30 від 10.01.09 р.)

Писаревський І. М.

ПЗ4 Планування та організація туристських маршрутів: Підручник /
І. М. Писаревський, М. В. Тонкошкур; Харк. нац. акад. міськ
госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2012. – 304 с.

ISBN 978-966-695-230-4

Підручник присвячено теоретичним та практичним аспектам розвитку туристського ринку. В підручнику значна увага приділяється, як питанням формування турів з активним способом пересування, так і загальним аспектам організації комерційних маршрутів, де туристам забезпечується гідне транспортне обслуговування протягом усього маршруту. Важливим добутком цього підручника є розширення поняття спортивно-оздоровчого туризму з урахуванням такого напрямку сучасного туризму як гірськолижний туризм, який також передбачає активний відпочинок.

Підручник, розрахований як на студентів, аспірантів і викладачів, та і на фахівців туристської галузі, також може бути корисний для широкого загалу як пізнавально-інформативний довідник.

УДК [379.85:338.48:796.5](075.8)

ББК 65.433я73-1

ISBN 978-966-695-230-4

© І. М. Писаревський, 2012

© М. В. Тонкошкур, 2012

© ХНАМГ, 2012



ПЕРЕДМОВА

Сучасний туризм – це не тільки галузь економіки, що швидко та динамічно розвивається, туризм – це величезна система, що об'єднує багато аспектів сучасно життя: соціальні, гуманітарні, економічні. Саме ці напрями сприяють як розвитку економіки в цілому, так і формуванню соціальної інфраструктури, створенню нових робочих місць, оздоровленню громадян, відновленню їх фізичних та духовних сил, поширенню знань, формуванню світогляду, широкому культурному обміну. А для багатьох наших співвітчизників туризм ще асоціюється із романтикою спортивно-оздоровчих походів, що набули поширення у 70-80 роки минулого століття.

Але сучасна туристська галузь не стоїть на місці: формуються нові види відпочинку, отримують розвиток раніш невідомі туристські центри, будуються готелі, аеропорти, круїзні лайнери тощо.

Подальший розвиток туризму потребує якісної підготовки спеціалістів для галузі, які б мали широкі знання та об'єктивне розуміння всіх процесів, що відбуваються у сфері гостинності та туризму.

Тому, дисципліна «Планування та організація туристських маршрутів» є однією із найголовніших навчальних дисциплін, яка формує знання та навички у майбутніх спеціалістів туристської галузі.

Довгий час ця дисципліна, що сформувалась ще у СРСР, розглядала особливості формування туристських маршрутів у дуже вузьких рамках, що обмежувалися лише маршрутами з активним способом пересування. Тим не менш, поняття туристський маршрут, під яким розуміють заздалегідь запланований або встановлений шлях проходження туристів під час подорожі, не встановлює таких обмежень. У широкому сенсі туристський маршрут – це програма перебування туриста в подорожі, що включає відвідування певних пунктів і участь у різноманітних туристсько-екскурсійних, культурно-масових і фізкультурно-оздоровчих заходах тощо.



Таким чином, сучасний туристський ринок, який насичений великою кількістю турів комерційної спрямованості, що не передбачають активного пересування, вимагає підготовки високоякісних спеціалістів, які б мали глибокі знання не тільки із особливостей розробки різноманітних турів, а і практичні навички щодо просування та реалізації таких турів.

На сьогоднішній день пропонується велика кількість навчальної та наукової літератури, що присвячена питанням організації туристської діяльності, але запропоновані підручники та посібники, як вітчизняних, так і закордонних авторів мають певну спеціалізацію.

Наприклад, питанням розвитку спортивного та спортивно-оздоровчого туризму, тобто тому напрямку, що передбачає активне пересування туристів, багато уваги приділяється у роботах таких науковців як В. В. Абрамов, О. О. Алексєєв, Я. Г. Аркін, О. Я. Булашев, О. О. Булгаков, І. Є. Востоков, В. І. Ганопольський, В. Д. Дехтяр, О. Ю. Дмитрук, П. І. Істомін, О. І. Мартинов, В. К. Попчиковський, В. І. Сімаков, Є. І. Тамм, Ю. Н. Федотов, С. Я. Харін, Ю. О. Штюрмер, Ю. В. Щур та інших. Суттєвий внесок у вивчення питань розвитку сучасного комерційного туризму та принципів організації таких турів внесли такі видатні вчені як В. І. Азар, О. Ю. Александрова, М. Б. Біржаков, В. С. Боголюбов, Р. А. Браймер, Ю. Ф. Волков, В. Г. Гуляєв, В. В. Дорофієнко, О. П. Дурович, М. О. Жукова, Ю. Б. Забалдіна, В. К. Зорін, Є. М. Ільїна, М. І. Кабушкін, В. О. Квартальнов, В. Ф. Кифяк, О. О. Любіцева, В. С. Новіков, І. М. Осипенко, О. Я. Осипова, О. В. Пересічний, Н. С. Сапрунова, В. В. Сенін, Т. Г. Сокол, Д. С. Ушаков, І. В. Черніна, А. Д. Чудновський та інші.

Автори, враховуючи вищеназвані чинники, структуру цього підручника сформували таким чином, що значна увага приділяється, як питанням формування турів з активним способом пересування, так і загальним аспектам організації комерційних маршрутів, де туристам забезпечується гідне транспортне обслуговування протягом усього маршруту. Також значну увагу було приділено практичним аспектам просування турів на ринку.



Важливим добутком цього підручника є розширення поняття спортивно-оздоровчого туризму з урахуванням такого напрямку сучасного туризму як гірськолижний туризм, який також передбачає активний відпочинок.

Широко в підручнику також розкриті аспекти організації транспортного обслуговування туристів, причому розглядаються не тільки теоретичні питання, а і практичні аспекти бронювання авіаквитків, правил перевезення пасажирів повітряним транспортом, круїзними лайнерами тощо. Ця інформація може стати в нагоді туристам, що відправляються в подорожі, а також буде корисна менеджерам турфірм.

У цілому підручник розрахований насамперед на студентів вищих навчальних закладів спеціальностей туристського профілю, а також буде цікавий фахівцям і широкому колу читачів.





РОЗДІЛ 1

ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТСЬКИХ МАРШРУТІВ

1.1 Поняття туристського маршруту, його місце та значення

Туристський маршрут – заздалегідь запланований або встановлений шлях проходження туристів у подорожі.

У широкому сенсі плановий туристський маршрут – це програма перебування туриста в подорожі, що включає відвідування певних пунктів та туристських об'єктів, а також участь у різноманітних туристсько-екскурсійних, культурно-масових і фізкультурно-оздоровчих заходах.

Плановим туристським маршрутам притаманна низка характерних рис, які визначають їхню важливу роль, місце й значення на сучасному етапі.

Туристські маршрути – повсюдні. Майже у всіх районах як України, так і інших держав можна прокласти цікаві туристські маршрути. Концентрація їх неоднакова: є райони, де мережа туристських маршрутів найбільш густа, є регіони, у яких маршрути рідкі й малоємні, що залежить від якості й різноманітності наявних туристських ресурсів і зручності їхнього освоєння на сьогоднішньому рівні розвитку матеріальної бази, транспортних засобів і попиту на них у населення.

Туристські маршрути загальнодоступні. Їхні програми, зміст, фізичні навантаження посилені для всіх практично здорових людей. Одночасно вони орієнтовані на різний контингент населення: людей різних професій і поглядів, молодих і літніх, дітей і пенсіонерів, самотніх і сімейних. Маршрути містять різноманітні засоби, які використовують для кожного окремого контингенту туристів, щоб задовольнити їхні потреби, забезпечити найкраще відновлення фізичних і духовних сил, створити комплекс позитивних емоцій. Вартість турів також має бути загальнодоступною і орієнтованою на різні соціальні групи. Сучасні туроператори задля задо-



.....
волення цієї потреби пропонують однакові за насиченістю турмаршрути, скореговані для різних соціальних груп. До назви туру зазвичай додається слово «еліт», «стандарт», «економ», що визначає вартість туру. Треба відзначити, що чіткої класифікації не існує, тому кожен туроператор може запропонувати власні позначення. Коригування турів за вартістю відбувається за рахунок нічних переїздів (чим більша їх кількість, тим більша економія на проживанні в готелях); за рахунок рівня власно готелів, як кількості зірок, так і розташування (готелі розташовані в центрі міста коштують зазвичай дорожче, ніж ті, що знаходяться на околицях) та за іншими чинниками.

Одна з важливих особливостей туристських маршрутів – *висока насиченість пізнавальними елементами*. Маршрути допомагають найбільш ефективно використовувати вільний час населення, підвищити його культуру, розширити світогляд.

Маршрути є й важливими засобами оздоровлення, особливо з активним пересуванням. На жаль для більшості громадян, що мешкає у містах, в тому числі крупних мегаполісах, життя супроводжується малорухомим способом життя, що в свою чергу провокує розвиток багатьох серйозних захворювань. Саме туризм з активним способом пересування і активний відпочинок на природі є знаряддями боротьби з цією проблемою.

Туристські маршрути з активним способом пересування створюють необхідні умови для впровадження фізичної культури й спорту в повсякденний побут, оскільки є найбільш ефективними засобами відновлення фізичних і духовних сил, збільшення продуктивності праці, продовження тривалості життя. На жаль досвід в цьому питанні, що був надбаний в нашій країні протягом багатьох десятиріч, не використовується останнім часом у державній політиці.

Туристські маршрути виконують важливу економічну функцію. На сучасному етапі за рахунок розробки, просування, продажу турів багато компаній мають можливість отримувати прибуток, а їх працівники – гідну



зарплатню. Крім того, відвідування туристами туристських об'єктів забезпечують хоча невеликі, але стабільні доходи музеїв, галерей тощо від продажу вхідних квитків, сувенірів, друкованої продукції.

Туристські маршрути впливають на розвиток інфраструктури регіонів і країн, їх економіку й місцеву промисловість (виробництво сувенірів), сільське господарство, торгівлю, транспорт і дорожнє будівництво. Вони допомагають відтворенню робочої сили, вирівнюванню диспропорцій між попитом і його забезпеченням товарами й послугами, сприяють підвищенню продуктивності суспільної праці, зростанню культурного рівня місцевого населення.

Правильно сплановані й організовані маршрути, уміло поєднуючи відпочинок, оздоровлення, пізнання, фізичний і духовний розвиток туриста, успішно сприяють вихованню гармонічно розвиненої людини, виконуючи гуманітарну функцію туризму.

Соціальний характер маршрутів проявляється й у тому, що вони підвищують рухливість населення, а це сприяє обміну культурними цінностями.

1.2 Основні вимоги до планування туристських маршрутів

Процес створення планових маршрутів перебігає в конкретних соціально-економічних умовах, що висувають до нього певні вимоги:

✓ *забезпечення якості обслуговування.* Основним критерієм позитивної оцінки роботи туристського маршруту є відсутність скарг туристів, що забезпечується гідним рівнем обслуговування і високою якістю надання послуг. Послуги, що надаються туристам, мають відповідати стандартам, як зовнішнім, що встановлюються нормативними актами, так і внутрішніми, що існують на підприємствах туристської галузі. У разі невідповідності туристських підприємств задекларованим стандартам якості, організатори маршруту повинні виключати їх із програм туристського



.....
обслуговування, замінюючи на ті, що відповідають усім вимогам.

✓ *підтримання стабільності маршрутів.* Це одна із найголовніших умов успішного функціонування туристських маршрутів. Постійно діючі маршрути створюють собі певну рекламу, знаходять свого споживача, стають традиційними. Стабільність маршрутів сприяє їх повному забезпеченню розробками із туристсько-екскурсійної тематики, необхідному оснащенню трас, створенню професійного колективу працівників тощо. Однак, в той же час, в умовах високої конкуренції на ринку турпослуг, існуючі *маршрути мають бути гнучкими*. При появі певних змін кон'юнктури ринку, організатори повинні постійно коригувати існуючі маршрути, не змінюючи при цьому їх сутності. Це забезпечує більшу конкурентоспроможність таких маршрутів. Наприклад, вступ таких країн, як Угорщина, Польща, Чехія, Словаччина та інших до Шенгенської угоди, надало можливість туроператорам включити до існуючих турів додаткові екскурсійні програми із відвідуванням туристських центрів, що знаходяться в інших країнах Шенгенської угоди: із Чехії пропонується екскурсія в Дрезден (Німеччина), із Угорщини або Словаччини – у Відень (Австрія) тощо. Все це робить маршрути більш цікавими та різноманітними.

✓ *оптимальне завантаження матеріальної бази.* Ця вимога при організації турмаршрутів набуває особливого значення. По-перше, рівномірне завантаження туристських установ значно зменшує сезонні коливання, що особливо важливо для засобів розміщення, і забезпечує їх більш високу прибутковість. По-друге, чітке розуміння підприємствами туристської галузі їх можливого завантаження завдяки участі у програмах обслуговування туристських маршрутів надає цим закладам можливість планування власної діяльності на тривалий час, включаючи питання проведення поточних і капітального ремонтів. А це, в свою чергу, впливає на якість обслуговування. По-третє, щільна співпраця організаторів маршрутів із закладами розміщення протягом тривалого часу, надає можливість туроператорам отримати найбільш привабливу ціну за власною квотою



мість у готелі*. Це, в свою чергу, відіб'ється на остаточній вартості туру.

✓ *рентабельність туристських маршрутів* є одним із головних чинників, що визначає ефективність як окремого туристського маршруту, так і компанії-організатора цього маршруту в цілому. Виконання цієї вимоги можливо за умови ретельного розрахунку собівартості маршрутів, аналізу фінансових результатів роботи за минулий рік з розбором випадків збитковості маршрутів і виявленням їх конкретних причин. Підтримка високого рівня рентабельності передбачає розв'язання багатьох питань: надання в повному обсязі основних і додаткових послуг, рівномірне завантаження туристських підприємств, максимальне заповнення туристських груп. Підвищення рентабельності повинне передбачатися за рахунок зниження витрат на надмірно великі управлінські та непродуктивні витрати в туристських установах, більш раціонального використання кадрів, усунення штатних надмірностей, поліпшення організації та умов праці, профілактики захворювань (серед них і професійних), впровадження прогресивних форм обслуговування (наприклад використання аудіогідів в музеях), здійснення заходів, спрямованих на економію заробітної плати. Істотним резервом підвищення економічної ефективності маршрутів є збільшення кількості й тривалості турів та туристських походів. Велику роль покликано відіграти правильне ціноутворення при плануванні маршрутів: визначення вартості путівки з урахуванням сезонних розходжень, умов розміщення, обслуговування тощо. Значними факторами підвищення рентабельності є транспортне освоєння, технічна інфраструктура, раціональне розміщення установ культури, наявність постійного місцевого населення в районі дії маршруту.

✓ *диверсифікація туристських маршрутів*. При розробці маршрутів треба враховувати можливий контингент туристів. Один і той же маршрут може бути орієнтований на різні верстви населення за умови вико-

* Більш детально аспекти співпраці туроператорів із закладами розміщення розглянуто у главі «Договірні відносини в туризмі»



нання певних вимог. Туристський маршрут, може позиціонуватися на ринку як «еліт», «стандарт» або «економ», про що вже говорилося вище. По суті, в будь-якому випадку туристи отримують можливість відвідати ті ж самі туристські центри та об'єкти, але за різною ціною. Наприклад, в турі «економ» буде передбачено розміщення у готелях нижчого класу, будуть присутні нічні переїзди, можуть використовуватися менш зручні автобуси, що розраховані на велику кількість туристів, може бути також зменшена тривалість туру порівняно з «еліт» або «стандарт» – на відвідання туристських об'єктів буде надаватися менше часу. Все це відіб'ється на комфортності, але значно зменшує ціну путівки. «Еліт» тури передбачатимуть кращі умови розміщення туристів, відсутність нічних переїздів, більш тривалий час на відвідування туристських об'єктів і додатковий відпочинок тощо, але вартість такого туру буде значно вищою. Також при організації «еліт» турів можна використовувати інші види транспорту, більш дорогі, але набагато швидші і комфортніші: до початку маршруту можна бути дістатися не лише автобусом або залізницею, але і авіатранспортом. Розглянемо на прикладі одного із українських туроператорів, що спеціалізується на організації культурно-пізнавальних турів Європою.

Таблиця 1.1 – Тур «Чеська казка», економ

День маршруту	Опис маршруту
1	2
1 день	Виїзд із Києва до Праги автобусом з південного терміналу центрального залізничного вокзалу. Приєднання туристів до групи у Львові на Стрийському вокзалі. Виїзд на кордон. Ночний транзит територією Польщі і Чехії.
2 день	Прибуття до Праги. Поселення в готель. Пішохідна екскурсія Старим містом Праги з оглядом Вацлавської площі, Порохової башти, ратуші, курантів тощо. Вільний час. Факультативно – річкова прогулянка річкою Влтавою. Ночівля



Продовження таблиці 1.1

1	2
3 день	Сніданок. Пішохідна екскурсія Королевським містом з оглядом Страговського монастиря, Лорети, Катедрального собору святого Віта, Карлового мосту. Факультативно – виїзд на екскурсію в палац «Детеніце» і знайомство із особливостями чеського browаріння. Повернення до Праги. Ночівля
4 день	Сніданок. Факультативно – автобусна екскурсія в м. Карлови Вари і на browарню «Крушовіце». Повернення до Праги. Факультативно – відвідування шоу «Співаючих фонтанів». Ночівля.
5 день	Сніданок. Автобусна екскурсія до столиці Саксонії – м. Дрезден. Оглядова екскурсія містом. Повернення до Праги. Ночівля.
6 день	Сніданок. Виселення із готелю. Переїзд до Чеського Штернбергу. Екскурсія замком. Переїзд в м. Кутна Гора. Екскурсія містом. Зовнішній огляд храму святої Варвари, Каменого водойому, Кістниці. Виїзд в Україну. Транзит територією Чехії та Польщі.
7 день	Висадка бажаючих у Львові. Повернення до Києва.

Таблиця 1.2 – Тур «Чеська казка», стандарт

День маршруту	Опис маршруту
1	2
1 день	Виїзд із Києва до Праги автобусом з південного терміналу центрального залізничного вокзалу. Приєднання туристів до групи у Львові на Стрийському вокзалі. Виїзд на кордон.
2 день	Прибуття до м. Велічка (Польща). Відвідування соляних копален Велічки. Переїзд в Краків. Розміщення у готелі. Оглядова пішохідна екскурсія містом. Ночівля.
3 день	Сніданок. Переїзд до м. Прага. Розміщення в готелі категорії 3*. Пішохідна екскурсія Старим містом Праги з оглядом Вацлавської площі, Порохової башти, ратуші, курантів тощо. Вільний час. Ночівля.
4 день	Сніданок. Пішохідна екскурсія Королевським містом з оглядом Страговського монастиря, Катедрального собору святого Віта, Карлового мосту. Факультативно – автобусна екскурсія до замку Сіхров. Факультативно – прогулянка річкою Влтавою. Ночівля.
5 день	Сніданок. Факультативно – автобусна екскурсія до столиці Саксонії – м. Дрезден. Оглядова екскурсія містом. Повернення до Праги. Ночівля.



1	2
6 день	Сніданок. Факультативно – автобусна екскурсія до м. Карлови Вари. Повернення до Праги. Факультативно – відвідування шоу «Співаючих фонтанів». Ночівля.
7 день	Сніданок. Виселення із готелю. Переїзд до Чеського Штернберга. Екскурсія замком. Переїзд до м. Кутна Гора. Екскурсія містом. Зовнішній огляд храму святої Варвари, Каменого водойому, Кістниці. Виїзд в Україну. Нічний транзит територією Чехії та Польщі.
8 день	Висадка бажаючих у Львові. Повернення до Києва.

Таблиця 1.3 – Тур «Чеська казка», еліт

День маршруту	Опис маршруту
1 день	Вечірній виїзд із Києва до Львову потягом.
2 день	Прибуття до Львову. Посадка на автобус. Виїзд у м. Велічку (Польща). Відвідування соляних копален Велічки. Переїзд до м. Краків. Розміщення у готелі. Ночівля.
3 день	Сніданок. Оглядова пішохідна екскурсія містом. Переїзд в м. Прагу. Розміщення в готелі категорії 3*. Факультативно річкова прогулянка річкою Влтавою. Ночівля.
4 день	Сніданок. Пішохідна екскурсія Старим містом Праги з оглядом Вацлавської площі, Порохової башти, ратуші, курантів тощо, а також Королівським містом з оглядом Страговського монастиря, Лорети, Катедрального собору святого Віта, Карлового мосту. Факультативно – виїзд на екскурсію до палацу «Детеніце» і знайомство із особливостями чеського броваріння. Повернення до Праги. Ночівля
5 день	Сніданок. Факультативно – автобусна екскурсія до м. Карлови Вари. Повернення до Праги. Факультативно – відвідування шоу «Співаючих фонтанів». Ночівля.
6 день	Сніданок. Автобусна екскурсія в столицю Саксонії, м. Дрезден. Оглядова екскурсія містом. Повернення в Прагу. Ночівля.
7 день	Виселення із готелю. Переїзд до Відня (Австрія). Оглядова екскурсія містом. Вільний час. Переїзд до Оломоуца. Розміщення в готелі. Ночівля.
8 день	Сніданок. Виселення із готелю. Оглядова екскурсія містом Оломоуц. Виїзд до Львова. Прибуття у Львів, посадка на поїзд.
9 день	Прибуття до Києва потягом



Порівнявши ці три тури, можна зробити наступні висновки:

- ✓ у першому турі найбільша тривалість переїздів в перший, другий, передостанній і останній день, що робить цей тур важким, але програмою передбачена висока насиченість маршруту туристськими об'єктами в інші дні туру;
- ✓ у другому турі тривалість переїзду напочатку туру менша ніж у першому турі, оскільки запланована проміжна зупинка (м. Краків) з додатковою екскурсійною програмою (м. Краків, м. Величка);
- ✓ у третьому турі нічні переїзди автобусом відсутні і замінені на більш комфортні переїзди потягом, також пропонується найбільш широка екскурсійна програма з відвідуванням додаткових туристських центрів і об'єктів (м. Відень, м. Оломоуц).

Іншим чинником щодо диверсифікації туристських маршрутів може бути орієнтація на вік туристів, їх сімейний стан тощо. Наприклад, особливий підхід потрібний при організації турів для батьків із дітьми. На таких маршрутах велике значення має вибір засобів розміщення. Деякі готелі мають обмеження щодо прийому дітей за віком; не в кожному готельному номері передбачено додаткове місце для дитини, або площа номеру не дозволяє встановлювати такі місця. Усі ці та інші фактори треба враховувати при розробці турмаршрутів, орієнтованих на певну категорію громадян.

Важливе значення також має і розвиток маршрутів з активними способами пересування. Розвиток таких маршрутів був адекватно оцінений в СРСР, але на жаль перебуває у занепаді у сучасній Україні. Одночасно, саме маршрути з активним пересуванням відзначаються високою оздоровчою та виховною цінністю. Активізація таких маршрутів виконує, перш за все, соціальну та гуманітарну функції туризму. Гуманітарна функція полягає у вихованні патріотизму, формуванні світогляду, принципів здорового образу життя, любові до природи та рідного краю. Це, в першу чергу, стосується дітей та молоді. Забезпечення соціальної функції туризму полягає у можливості громадян більш раціонально використовувати



вільний час, особливо на свята і вихідні – це розвиток турів вихідного дня. Особливо актуально це в умовах високої урбанізації, оскільки активний туризм сприяє психологічному розвантаженню громадян, що мешкають у великих містах. Спортивний туризм, як інші види, також сприятиме розвитку супутніх галузей, наприклад, виробництву та реалізації спортивного інвентарю, працевлаштування інструкторів із спортивного туризму тощо.

✓ *розвиток перспективних видів маршрутів.* Висока конкуренція на ринку турпослуг вимагає від туроператорів постійної роботи не тільки над удосконаленням вже існуючих маршрутів, але і створенням нових, як за змістом, так і за засобами пересування, розміщення тощо. Перспектива планування маршрутів – це поштовх для подальшого розвитку галузі, можливість створення туроператором нового турпродукту, заповнення нових ніш на ринку турпослуг.

✓ *забезпечення вимог щодо безпеки туристів.* Безпека туристів – це один із найголовніших чинників, що свідчать про якість обслуговування. Безпека туристів і екскурсантів під час подорожей має забезпечуватися згідно з нормативними документами. Основний документ, що регламентує питання безпеки туристів – це Міждержавний стандарт ГОСТ 28681.3-95 «Туристсько-екскурсійне обслуговування. Туристські послуги. Вимоги до забезпечення безпеки туристів та екскурсантів». У цьому документі зазначено, що окрім загальних факторів ризику, існують також і специфічні, що зумовлені:

- можливістю виникнення природних та техногенних катастроф у зоні розміщення туристського підприємства;
- технічним станом туристських об'єктів, що використовуються під час подорожей та відпочинку;
- складним рельєфом місцевості під час здійснення туристських походів;
- рівнем професійної підготовки обслуговуючого персоналу;



- рівнем підготовки туристів до проходження маршруту або здійснення подорожі;
- рівнем інформованості туристів про можливі небезпеки тощо.

Також існують певні особливості щодо безпеки туристів під час надання окремих туристських послуг: транспортних, розміщення, харчування тощо. Відповідальність за дотримання цих вимог лягає як на підприємства, що надають ці послуги, так і особисто на туристів щодо дотримання правил безпеки.

Транспортні перевезення туристів під час мандрівок, походів, екскурсій здійснюються відповідно до вимог існуючих Правил обслуговування на конкретних видах транспорту (автомобільного, залізничного, повітряного, водного).

Туристське спорядження та інвентар, що використовуються при обслуговуванні туристів, повинні відповідати вимогам, затвердженим діючими нормативними документами на конкретні види спорядження.

Безпека проживання туристів у готелях, базах відпочинку, кемпінгах тощо забезпечуються дотриманням:

- вимог будівельних норм та правил при проектуванні та будівництві об'єктів обслуговування туристів;
- вимог безпеки технічної експлуатації будівель та споруд;
- технічним оснащенням будівель та споруд;
- заходам, що гарантують особисту безпеку туристів та збереження їх майна.

Кожне туристське підприємство заздалегідь має проінформувати туристів про:

- можливі елементи ризику кожної конкретної туристської послуги і заходи з їх подолання;
- особливості перебування у тій або іншій місцевості (країні), норми поведінки тощо;



- можливі небезпеки під час проходження маршруту, включаючи небезпеку загострення хронічних захворювань;
- особливості поведінки та дії при виникненні надзвичайних ситуацій;
- інші загрози, небезпеки та ризик під час здійснення подорожей, туристських походів та екскурсійних поїздки.

Окреме місце посідають питання страхування туристів під час здійснення подорожей*.

✓ *охорона навколишнього середовища.* В умовах підвищеного значення всіх проблем раціонального природокористування, зі збільшенням кількості й пропускну здатності маршрутів їхній вплив на навколишнє середовище постійно розширюється. Саме тоді добре поставлена природоохоронна робота на туристському маршруті може зробити його не тільки нешкідливим для навколишнього середовища, але й перетворює на навчальний полігон, на якому туристи одержують необхідні їм практичні навички, уміння й прикладні знання в області охорони природи, що здійснює помітний вплив на посилення охорони навколишнього середовища в певній місцевості.

У ході планування маршрутів особлива увага повинна бути приділена природоохоронній облаштованості трас подорожей (включаючи тропи, території стоянок, окремі елементи білуаків) і туристських господарств, розробці екологічно обґрунтованих програм занять туристів, здійсненню роз'яснювальної, пропагандистської, навчальної роботи і виховання в області охорони природи, різним формам контролю.

Одночасно на місцях необхідно уточнити організаційні, правові й економічні умови для повного використання на маршрутах національних парків, заказників, пам'ятників природи та інших територій і об'єктів природи району. Необхідно передбачити розширення діяльності з віднов-

* Детальний розгляд цього питання передбачений у главі «Страхування в туризмі»



лення, реставрації та охорони об'єктів культури й історії, що використовують під час показу, і можливого пристосуванню цих об'єктів для розміщення й організації цікавого харчування на маршрутах.

✓ *логічність маршруту.* Залежить від дотримання низки умов у ході планування й організації подорожі. Серед різних умов або факторів, що визначають, на скільки логічний туристський маршрут можна виділити такі: урівноваженість змісту; логічність напрямку маршруту; поступовість і послідовність; обґрунтованість кількості днів проживання; однотипність розміщення й обслуговування.

Урівноваженість змісту туристського маршруту залежить від того, наскільки пропорційно й доречно у певних умовах закладені в його програму основні складові туризму: відпочинок, оздоровлення, пізнання тощо. Навіть на вузько спеціалізованих маршрутах необхідно планувати різні й, мабуть, на перший погляд не зовсім функціональні для конкретної ситуації заняття туристів. Багатогранність програми маршруту повинна поєднуватися із його функціональністю, тобто орієнтуванням на певні види туризму, форми заходів, категорії туристів, що дозволяє найбільше повно використати наявні природні й культурно-історичні ресурси в районі дії маршруту й дати споживачеві саме те, заради чого він придбав туристську путівку.

Поступовість і послідовність передбачає поступове зростання пізнавальних і фізичних навантажень на туристів за час їх перебування на маршруті.

Розробка маршруту, зміст його програми, плани туристсько-екскурсійного, культурно-масового і оздоровчого обслуговування повинні передбачати для походів з активними способами пересування поступове збільшення відстаней, ускладнення перешкод, для автобусних турів – поступове зростання обсягу корисної інформації, позитивних вражень. Це дозволяє розширити контингент туристів, яким буде цікавим маршрут, значно підвищити задоволення більшості туристів від його проходження.



Певну роль на маршруті відіграє кількість пунктів проживання туристів. На лінійних маршрутах із транспортним пересуванням при занадто великій кількості туристських установ і короткому часі зупинок на них у деяких туристів виникає роздратування від частих зборів у дорогу й нового розміщення після неї.

Такий маршрут тим, хто хотів би спокійного відпочинку, здається не зовсім логічним. Крім того, і для організаторів занадто коротке перебування мандрівників викликає ускладнення економічного й організаційного характеру.

Логічність маршруту залежить і від однотипності планованого розміщення й обслуговування туристів. Надання туристам однакових умов проживання в усіх пунктах маршруту вимагає проведення робіт зі стандартизації туристських маршрутів і зустрічає певні труднощі, оскільки на трасах давно існуючих маршрутів доводиться обслуговувати туристів в установах різних років будівництва та різної комфортності, що пропонують неоднакові умови розміщення.

Однією із складових дотримання логічно і психологічно обґрунтованої побудови маршруту є необхідність заздалегідь запланованого надання туристським групам на маршрутах з активними способами пересування кращих умов розміщення на кінцевих туристських базах й у готелях.

1.3 Сутність та класифікація спортивних туристських походів.

Інші види активного відпочинку

На сьогоднішній день не існує чіткої класифікації видів туризму або відпочинку. Намагання туроператорів відповідати потребам туристів, що постійно змінюються, призводить до формування нових напрямків та видів відпочинку. Поява значної кількості таких видів спостерігається саме у туризмі з використанням активних форм відпочинку. Насправді не завжди ці види варто розглядати як нові види туризму взагалі й спортивного



зокрема. Наприклад, тюбінг, хелі-скі тощо.

Щоб зрозуміти, що таке спортивний туризм, треба визначити, що взагалі вкладається у поняття спорт, насамперед, у туризмі. Спорт – це не тільки досягнення певних спортивних результатів, але й підтримка гарної фізичної форми, оздоровлення тощо. Таким чином, перше, що можна виділити, – це туризм для професіоналів і туризм для аматорів. У туризмі такі види туризму мають чітку назву. Це категорійні та некатегорійні туристські походи.

Категорійні походи – це походи, що мають певну категорію складності. Виділяють п'ять (шість) категорій складності туристських походів, проходження кожної з яких надає його учасникам можливість отримати спортивний розряд.

Некатегорійні походи – це походи, суть яких полягає у проходженні нескладних маршрутів й участь у яких не надає права на отримання спортивних розрядів.

Існуюча чітка класифікація спортивного туризму і конкретні вимоги до них стосуються, у першу чергу, спортивних видів туризму, розрахованих на професіоналів.

Види спортивного туризму, які виділяються сьогодні й визнані спортивними туристськими організаціями, формувалися десятиліттями. Зокрема у спортивному туризмі відносно недавно стали виділяти такі види як кінний і вітрильний туризм. У той же самий час, та класифікація, що зараз існує, була сформована в 80-і рр. минулого століття. Тобто протягом понад 20 років у цій класифікації нічого не змінювалося, хоча нові тенденції вже вимальовуються.

Отже, сьогодні виділяють наступні види спортивного туризму:

- ✓ пішохідний;
- ✓ гірський;
- ✓ лижний;
- ✓ водний;



- ✓ велосипедний;
- ✓ мотоциклетний;
- ✓ автомобільний;
- ✓ вітрильний;
- ✓ спелеотуризм;
- ✓ кінний;
- ✓ комбінований;

Таблиця 1.4 – Вимоги до спортивних категорійних походів

Види туризму й характеристики маршрутів	Категорії складності походів					
	I	II	III	IV	V	VI
Тривалість маршруту в днях (не менш)	6	8	10	13	16	20
Довжина маршруту в км (не менш)						
Пішохідних	130	160	190	220	250	300
Лижних	130	150	150	210	240	300
Гірських	100	120	140	150	160	160
Водних	150	160	170	180	190	190
Велосипедних	300	400	500	600	700	800
Мотоциклетних	1000	1500	2000	2500	3000	-
Автомобільних	1500	2000	2500	3000	3500	-
Вітрильних	150	200	300	400	500	-
Кількість печер для спелеопоходів	5	4-5	1-2	1-2	1-2	1
Кінних	150	200	300	-	-	

Таблиця 1.5 – Вимоги до отримання спортивних розрядів за участь у категорійних туристських походах

Розряди	Кількість походів									
	Категорія складності походів									
	перша		друга		третя		четверта		п'ята	
	участь	керівництво	участь	керівництво	участь	керівництво	участь	керівництво	участь	керівництво
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Майстер спорту										
чоловіки	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
жінки	1	1	1	1	1	1	1	1	2	—



Продовження таблиці 1.5

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Кандидат у майстра спорту										
чоловіки	1	1	1	1	1	1	1	1	1	—
жінки	1	1	1	1	1	1	1	1	1	—
Перший розряд	1	1	1	1	1	1	1	—	—	—
Другий розряд	1	1	1	—	—	—	—	—	—	—
Третій розряд	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Перший юнацький розряд (14-15 років)	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Другий юнацький розряд (13-14 років)	Один п'ятиденний похід або два триденних походи загальною довжиною не менше 65 км									
Третій юнацький розряд (12-13 років)	Один триденний похід або два дводенних походи загальною довжиною не менше 30 км									

✓ *пішохідний туризм* може вважатися базовим, основним. Піші походи не вимагають додаткових засобів пересування (як лижний, водний, велосипедний та ін.), спеціального спорядження (як гірський і спелеологічний) і відбуваються головним чином у безсніжні періоди року. Денні переходи становлять 8 – 20 км лісовою або гірською стежкою. Зазвичай учасники несуть у своїх рюкзаках особисті речі і 4-5 кг загального вантажу (продукти харчування, спорядження).

✓ *гірський туризм* – це подорож у горах, пов'язана із проходженням складних ділянок гірського рельєфу (схилів, гребенів, льодовиків, перевалів), форсуванням гірських потоків тощо. Для гірського туризму характерний великий обсяг фізичних навантажень на організм при зниженому атмосферному тиску й високому рівні сонячної радіації, необхідність долати перешкоди із застосуванням різноманітних засобів і прийомів пересування й страховки, спеціальна тактика проходження маршруту. Головною перешкодою в гірських походах вважаються перевали, їхня кількість й категорії складності визначають спортивну складність усього



маршруту. Найбільшу небезпеку в горах становлять круті схили й гребені (на яких зриви й падіння можуть призвести до травм або летальних випадків), сніжні лавини, каменепادي, селі, паводки, прикриті снігом тріщини, грози, а також вітер, опади, туман, біла імла, підвищена сонячна радіація. Природні умови в горах визначають особливості тактики гірських походів: необхідна обов'язкова адаптація до висоти (висотна акліматизація); максимальне полегшення рюкзаків (у зв'язку із цим краще використовувати лінійно-радіальні й радіально-кільцеві схеми маршруту), мінімум вантажів на складних ділянках. Рух переважно має здійснюватися у ранкові години, коли несприятливий вплив сонячної радіації мінімальний, менша ймовірність каменепадів і сходу лавин, найменший рівень води в річках. Максимальна обережність має бути на початку походу (через погану адаптацію організму, можливе різке загострення хронічних захворювань або захворювань, що не проявлялися раніше), наприкінці походу й у другій половині дня (внаслідок стомлення, ослаблення уваги й зниження швидкості реакції) і на спусках, щоб звести до мінімуму можливість нещасних випадків. До тактичних заходів безпеки в горах відносять: вибір шляхів на схилах ребром, ретельний вибір безпечних місць для устрою нічних бівуаків, обов'язкова розвідка технічно складних ділянок тощо. Розвідку здійснюють шляхом спостережень зі зручного пункту (наприклад, із протилежного або суміжного схилу) або пробним проходженням. Розвідка та апробація шляхів в межах зони видимості групи провадиться однією зв'язкою-двійкою, поза межами видимості – зв'язкою-трійкою або двома зв'язками-двійками з обумовленим контрольним строком повернення. Розвідку і апробацію маршруту звичайно проводять ввечері (після зупинки на нічліг, але до вечері) або ранком (до виходу основної групи). Сучасний рівень розвитку гірського туризму дозволяє робити нескладні в технічному відношенні гірські туристські походи практично всім здоровим людям незалежно від віку. Сприятливим часом для подорожі в горах вважається період із середини червня по вересень включно; останнім часом усе біль-



шої популярності набувають походи в міжсезоння – на початку травня і до початку листопада. Окремі досвідчені, добре підготовлені туристи здійснюють походи і взимку.

✓ *лижний туризм* передбачає походи й подорожі на лижах. Для лижного туризму характерні багатоденні походи як по рівнинною і пересіченою місцевістю, так і територіями середгір'я й високогірними районами (серед них лавинонебезпечними) в умовах низької температури з важкими рюкзаками. У зимових походах туристи-лижники здобувають навички діяти в суворих кліматичних умовах, долати складні перешкоди, переносити великі фізичні навантаження, організовувати нічліги й відпочинок у полі, лісі або безліссі. Усе це зумовлює необхідність приділяти особливу увагу складу групи, фізичній, технічній й тактичній підготовленості учасників походу, їхній психологічній сумісності, похідному досвіду, навичкам бівуачного життя, кількості і якості спорядження й продуктів харчування. Загальнофізична підготовка туристів-лижників полягає в отриманні навичок тривалого пересування на лижах з важким рюкзаком, гарного володіння технікою сходжень, спусків, поворотів і траверсування схилів, уміння діяти в умовах сильного вітру, снігопадів і низьких температур. Спеціальна технічна підготовка проводиться з урахуванням складних перешкод, подолання яких потребує володіння навичками самостраховки й страховки з використанням альпіністських засобів і способів гарантування безпеки. Найважливіші елементи тактики лижного туризму – це правильний вибір виду маршруту й розподіл по ньому технічно складних ділянок, побудова графіка походу й денних переходів з урахуванням найбільш безпечного часу подолання складних перешкод, правильні колективні дії на лавинонебезпечних схилах й в екстремальних умовах.

✓ *водний туризм* включає походи ріками, озерами, морями і водоймищами на туристських судах. У водному туризмі вдало поєднуються елементи пізнання, активного відпочинку, оздоровлення й спорту. Він доступний практично кожній здоровій людині незалежно від віку. Цьому



сприяє також наявність у розпорядженні туристів досить великої кількості числа розбірних байдарок, надувних човнів і катамаранів, а також інших видів туристських судів. У найпростішому поході турист-водник повинен уміти добре плавати, зібрати (за необхідності побудувати) і відремонтувати судно, правильно впакувати, розмістити й захистити від води продовольство й спорядження; правильно сідати й сходити із судна, гребти й управляти їм, підходити (причалювати) до берега й відчалювати (відходити) від нього. Турист-водник зобов'язаний добре знати й розпізнавати перешкоди, що зустрічаються на водних маршрутах, володіти прийомами їхнього подолання.

✓ *велосипедний туризм* – це походи на велосипедах. Велосипедний туризм доступний людям будь-якого віку, оскільки навантаження в ньому легко дозуються. На велосипеді можна проїхати практично будь-якою дорогою; за день залежно від темпу руху, погоди, стану дороги й наявності перешкод велотуристи проїжджають від 40 до 120 км (при попутному вітрі від 45 до 140 км). У поході велотуристу не доводиться везти на собі спорядження – увесь багаж кріпиться на велосипеді. В екологічному відношенні велосипед – найбільш чистий вид транспорту. Багатоденні походи й подорожі на велосипедах відбуваються переважно групами: оптимальний склад групи 4-6 чоловік. Така група досить мобільна, здатна швидко надати необхідну допомогу потерпілому й усунути технічну несправність велосипеда. Найважливішою умовою гарантування безпеки велопоходу є строге дотримання правил дорожнього руху.

✓ *автомобілізм* – це самодіяльні туристські подорожі на автомобілях, мотоциклах, мопедах. Для автомобілізму характерні подорожі маршрутами великої довжини в різних природно-кліматичних зонах, порівняно мала залежність від погодних умов, можливість забезпечення високої автономності групи, менші порівняно з іншими видами туризму фізичні навантаження, оскільки основне навантаження припадає на транспортні засоби. Головними перешкодами в автомобілізмі є дороги



=====

без твердого покриття, заболочені, кам'янисті, засніжені або піщані, броди, гірські дороги й високогірні перевали. Безпека авто- і мотопоходів забезпечується підготовленістю транспортних засобів до походу з урахуванням особливостей траси й умов, у яких буде проходити похід; умінням водіїв управляти транспортним засобом в умовах, подібних до тих, що очікуються на маршруті та іншими факторами.

✓ *спелеологічний туризм* відрізняється від інших видів туризму, у першу чергу, відсутністю великих відстаней. Основні особливості спелеологічного туризму – це складність підземних маршрутів, що зумовлена великою різноманітністю рельєфу печер (колодязі, завали, вузькі щілини, підземні ріки тощо); зазвичай, висока відносна вологість повітря (до 100 %) при зниженій температурі; відсутність природного освітлення. Особливі вимоги висуваються до етики спелеотуристів, їхнього поводженню в печерах, ставлення до підземного світу, його природи. Печери, для проходження яких практично не потрібно спеціальних засобів для подолання вертикалей, називають горизонтальними; печери, у яких основною перешкодою є стрімкі й круті ходи, називають вертикальними; печери, де зустрічаються різні перешкоди, – змішаного типу. Перешкоди – це стрімкі і круті ділянки (колодязі і уступи), звуження; зустрічаються також сніжні і водні перешкоди (у т.ч. сифони);

✓ *кінний туризм* – це досить новий напрямок сучасного туризму, що з кожним роком набуває все більшої популярності. Інтерес до кінних подорожей зумовлений, насамперед, тим, що в кінних походах успішно вирішується проблема зниження фізичних навантажень. Їзда верхи забезпечує рівномірне навантаження на всю мускулатуру й внутрішні органи вершника й позитивно впливає на здоров'я людини. Одночасно їзда верхи не виключає можливості для вершника рухатися пішки, що дозволяє дозувати фізичні навантаження. Кінний туризм доступний практично всім людям будь-якого віку. Єдиний ритм руху групи кінних туристів практично не залежить від рівня фізичної підготовки учасників і сприяє підтри-



мці дружньої атмосфери в колективі. Учасники кінних маршрутів мають можливість відвідувати місця, розташовані далеко від населених пунктів за відносно короткий час, не наносячи шкоди навколишньому середовищу й постійно перебуваючи в найбільш сприятливому екологічному оточенні.

✓ *вітрильний туризм* – це досить молодий напрямок у спортивному туризмі. Свого активного поширення він набув на початку 70-х років минулого століття, коли одночасно у Москві і Ленінграді при міських клубах туристів були сформовані невеликі групи ентузіастів, що мали на меті розвиток туризму на розбірних вітрильних судах. Унікальність цього напрямку спортивного туризму полягає у тому, що вітрильні плавання надають людині можливість спілкуватися відразу із двома природними стихіями: повітряним океаном і водним простором. При цьому турист, на відміну від типового яхтсмена, не втрачає зв'язок і із третьою стихією – сушею, де розташовані об'єкти культурно-пізнавального значення, у туристів також є можливість знайомитися з населенням країни, його традиціями й культурою. Таким чином, вітрильний туризм – це подорожі на легких розбірних судах прибережними маршрутами й ізольованими континентальними водоймами. Мабуть, це єдиний спорт, для якого погодні процеси є не побічними обставинами, а необхідною умовою успішної діяльності. Порівняно з іншими видами туризму вітрильний туризм надає більші можливості для сімейних подорожей, тому що дозволяє варіювати навантаження на членів екіпажа відповідно до їх підготовки. Можливість дозування навантажень дозволяє брати участь у походах і дітям, і пенсіонерам.

✓ *комбіновані види туризму*. При класифікації комбінованих походів необхідно враховувати наступне: ділянка одного виду туризму повинна бути безперервним походом, який може бути класифікований окремо. Найпоширенішими є водно-пішохідні походи, рідше – гірсько-водні, зовсім рідко лижно-водні. Дуже складно комбінувати гірські і пішохідні маршрути, оскільки важко визначити, де закінчується гірська частина маршруту й, відповідно, починається пішохідна. Тому у високогір-



них районах всі походи класифікуються як гірські. Що стосується некатегорійних походів, то гірсько-пішохідні походи є досить розповсюдженими.

Окремо треба визначити такий вид туризму як гірськолижний, оскільки він не включений до офіційної класифікації спортивних походів і розглядається як окремий напрямок в туризмі.

1.4 Планування туристського маршруту

Розробка маршрутів – складна багатоступінчата процедура, що вимагає достатньо високої кваліфікації і що є основним елементом технології туристського обслуговування. Ця процедура може тривати кілька місяців. Якщо маршрут є замовленим (разовим), то процедура його створення спрощується, за винятком заходів, які гарантують безпеку.

Слід зазначити, що чітких вказівок щодо етапів розробки туристських маршрутів в нормативній документації немає. Крім того, якщо йдеться про розробку комерційного туристського маршруту, що передбачає пересування туристів на автотранспорті, водних судах, авіалайнерах, залізницею тощо, порядок і особливості планування, розробки та впровадження маршруту визначається безпосередньо туроператором, тобто розробником й залежить від багатьох чинників. Формування спортивних туристських маршрутів також відбувається під впливом багатьох чинників і має свої особливості для категорійних і некатегорійних маршрутів, для походів різної категорії складності та різних видів спортивного туризму. Схематично підходи до розробки туристських маршрутів і визначення основних їх етапів представлений на рис. 1.1.

Оскільки кожний напрям має свої особливості розглянемо більш ретельно принципи розробки спортивно-оздоровчих (рекреаційних), спортивних категорійних та комерційних маршрутів.

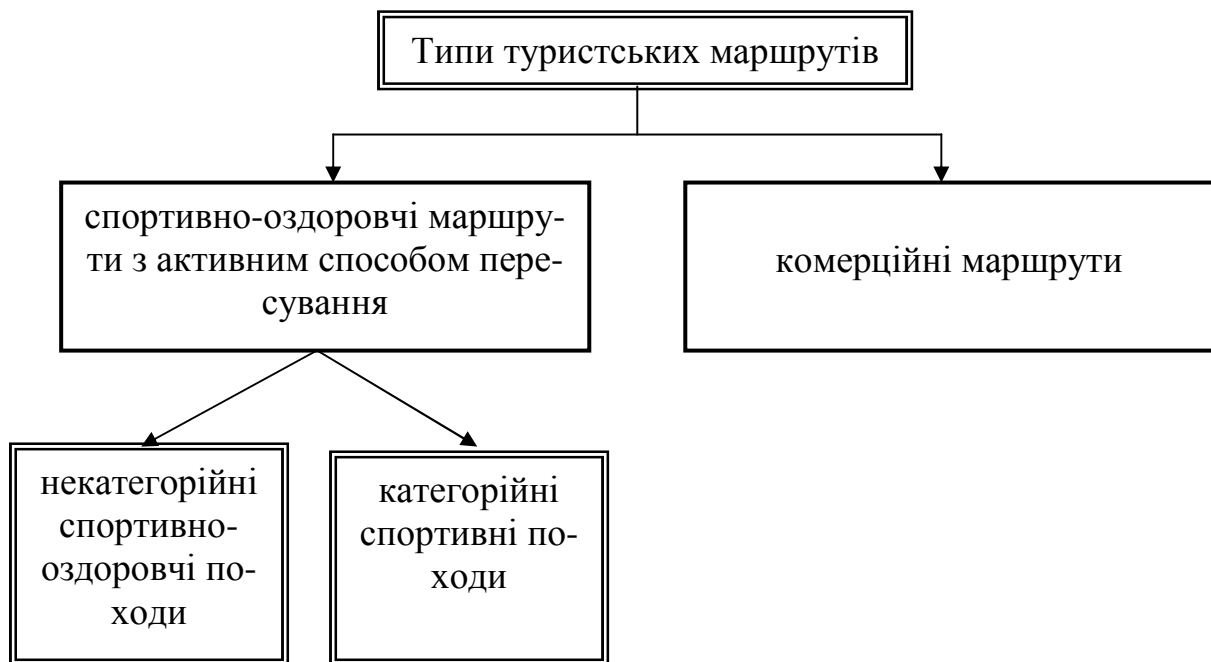


Рис. 1.1 – Типи туристських маршрутів

1.4.1 Основні етапи розробки спортивно-оздоровчих маршрутів

Починати слід з вибору району проведення подорожі.

Вибір району походу відбувається на основі аналізу топографічних карт, схем та інших інформаційних документів, що містять відомості про екскурсійні об'єкти в районі походу, природні пам'ятники тощо. При виборі району проведення будь-якого походу слід, перш за все, враховувати поставлені перед ним цілі і завдання. Відповідно, для рекреаційно-оздоровчих походів обирається район, який дозволить найкращим чином виконати завдання оздоровлення і повноцінного відпочинку учасників в природному середовищі. З рекреаційними завданнями можуть успішно поєднуватися і пізнавальні завдання – розширення кругозору учасників, їх знань з географії і природи рідного краю, культурно-історичної спадщини, традиційного устрою життя місцевого населення.

З цього погляду, найбільш оптимальними районами для проведення



рекреаційного походу є території, що мають найбільший рекреаційний потенціал. *Туристським потенціалом* будь-якого об'єкта (або території) є сукупність розташованих там природних і рукотворних об'єктів та явищ, а також умов, можливостей і засобів, придатних для формування туристського продукту і проведення відповідних турів, екскурсій, програм. Території, що мають виражений рекреаційний потенціал, – це не забруднені господарською діяльністю території, які мають значні за площею лісові масиви; мальовничі ландшафти, з добре вираженим рельєфом і оглядовими точками; об'єкти гідрографії (річки і озера, придатні для купання і відпочинку). Саме вони і складають вищезгадану сукупність рекреаційних ресурсів і рекреаційно-пізнавальних об'єктів, необхідних для формування туристського продукту. Знаходження у таких районах дає людині величезний заряд енергії і, якщо похід супроводжується екологічною, краєзнавчою екскурсією, він допомагає туристам краще пізнати свій край. Таким чином, можна сформулювати перший і найбільш істотний критерій для вибору району проведення походу – *наявність у районі походу необхідних рекреаційних ресурсів і цікавих для туристів цільових рекреаційно-пізнавальних об'єктів.*

Рекреаційно-оздоровчий похід передбачає певні обов'язкові, але обмежені і розраховані з урахуванням статі, віку учасників походу, їх стану здоров'я фізичні навантаження. Рух учасників маршрутом не повинен вести до їх надмірного фізичного, психічного стомлення. Навпаки, закінчення дня повинне викликати у них відчуття легкої приємної втоми і задоволення від виконаної фізичної роботи. Отже, район рекреаційного походу повинен бути «зручним» для досягнення цілей рекреації. До нього мають вести зручні шляхи під'їзду і від'їзду туристської групи (залізничні, автомобільні); він повинен містити вибір зручних, не втомливих для руху пішки, на велосипеді, лісових або польових доріг і стежок. Це одна з умов, необхідних для формування рекреаційного туристського продукту, з якого витікає наступний основоположний критерій вибору району походу.



ду, – у районі походу повинні бути зручні пункти початку та закінчення подорожі, достатньо широка мережа зручних для руху лісових і польових доріг, просік; троп (шляхів досягнення потенційних ключових об'єктів маршруту і місць туристських стоянок).

Бажано, щоб район походу надавав і інші можливості для якнайкращого відпочинку учасників походу. З точки зору охорони навколишнього середовища і максимального комфорту для учасників оздоровчого походу перевагу має район походу, в якому обладнані місця для нічлігу та відпочинку туристів. Тим більше що такі туристські табори розташовують зазвичай в найбільш живописних, придатних для цілей рекреації місцях з наявністю джерел чистої води. Звідси – наступний критерій вибору району походу – наявність в районі спеціально обладнаних або придатних для обладнання силами групи місць для нічлігу і відпочинку туристів та до-



статнього числа джерел чистої води для організації харчування.

Рис. 1.2 – Основні критерії вибору району подорожі для некатегорійних маршрутів

Нарешті, при виборі району рекреаційної подорожі важливим чин-



ником є об'єм вільного часу, який мають в своєму розпорядженні учасники, їх потенційні матеріальні (фінансові) витрати. Оздоровчі походи – це найчастіше походи вихідного дня (дієвий і недорогий засіб відновлення сил після трудового тижня). Тому район такого походу прагнуть обрати ближче до місця проживання, скоротивши час і матеріальні витрати на проїзд (це чергова умова для успішної підготовки і реалізації туристського походу). Отже – останній із критеріїв вибору району походу, що виділяються, – *близькість району до місця постійного проживання учасників, мінімум фінансових вкладень для його досягнення.*

Критерії вибору району походу диктуються, зокрема, мотивами, та побажаннями туристів (суб'єктивним чинником). Отже, критеріїв в кожному окремому випадку може бути значно більше, ніж вищезгаданих.

Слід сказати, що вказаним вище критеріям для вибору району проведення рекреаційних походів найкраще відповідають природні території, що охороняються, з можливістю проведення туристських заходів. Саме там розвиток туристської діяльності є таким самим важливим завданням, як і збереження природних рекреаційних ресурсів. На таких територіях також прокладені марковані маршрути рекреаційних походів, є пізнавальні об'єкти з можливістю проведення екскурсій кваліфікованими фахівцями, обладнані туристські бівуаки і місця обідніх привалів тощо.

Після вибору району походу, за наявним картографічним матеріалом і іншою інформацією, туристи розробляють конкретний маршрут походу (нитку маршруту).

Нитка маршруту, розроблена за топографічною картою району походу, має наступну послідовність орієнтирів: пункт старту, опорні орієнтири денних переходів, місця туристських бівуаків і пункт фінішу. У разі маркованих маршрутів (наприклад, маркованих маршрутів екологічних походів, екскурсійних екологічних стежок) нитка маршруту не тільки нанесена на карту, але так чи інакше позначена (маркована) на місцевості.

При розробці маршруту знов головними чинниками, які беруться до



уваги, є цілі походу (в цьому випадку цілі оздоровлення, відпочинку, пізнання). Готовий маршрут повинен сприяти найбільш ефективному їх досягненню, без зайвих фізичних, організаційних, фінансових витрат. При розробці маршруту рекреаційного походу виконується наступна робота з топографічною картою і іншими інформаційними матеріалами:

- ✓ визначається необхідна протяжність маршруту і тривалість походу (з урахуванням складу групи, запланованих цілей походу);
- ✓ із об'єктів, що знаходяться у районі походу, обираються конкретні цільові рекреаційно-пізнавальні об'єкти для їх відвідання;
- ✓ визначаються конкретні та зручні пункти приїзду (пункти початку маршруту) і пункти від'їзду групи з маршруту з метою досягнення запланованих для відвідання рекреаційно-пізнавальних об'єктів;
- ✓ визначаються місця організації бівуаків і великих привалів, які повинні максимально відповідати умовам безпеки відпочинку і оздоровлення учасників, а також виконанню екскурсійно-пізнавальних цілей;
- ✓ визначається тактична схема маршруту (лінійна, кільцева, з ділянками радіального руху);
- ✓ визначаються шляхи досягнення запланованих головних рекреаційно-пізнавальних об'єктів і пунктів організації обідніх привалів і бівуаків (траса руху групи);
- ✓ маршрут, на підставі вищевказаних дій розбивається на окремі, посильні для учасників, денні переходи певної протяжності;
- ✓ на денних переходах визначають опорні орієнтири для точного руху маршрутом (точкові, лінійні, площадкові).

У районі походу, користуючись картою і іншими джерелами інформації, необхідно визначити один або кілька цільових рекреаційно-пізнавальних об'єктів. Це об'єкти маршруту мають бути найбільш цікавими для туристів і задовольняти їх пізнавальні потреби та сприяти повноцінній рекреації в природних умовах («родзинки» майбутнього маршруту). Такими об'єктами можуть бути: локальні ділянки району з мальов-



ничими ландшафтами, озера або групи озер, марковані екологічні екскурсійні стежки, сільські музеї народної творчості, музеї ремесел тощо.

На маршруті походу визначаються найбільш зручні пункти для обідніх привалів і організації польових таборів для нічлігів. Визначивши в районі походу пункти бівуаків, нитка маршруту автоматично розбивається на низку денних переходів. Треба враховувати, що протяжність і тривалість таких переходів повинна диктуватися конкретним складом учасників походу (їх віком, станом здоров'я). Як вже наголошувалося вище, денні переходи мають відповідати можливостям учасників і не викликати у них надмірного фізичного і психічного стомлення. Обсяг і інтенсивність виконаної учасниками роботи на маршруті повинні відповідати нормам фізичної рекреації. Денні переходи планують з урахуванням поступового зростання фізичних і емоційних навантажень на учасників. Звичайні для оздоровчих походів параметри протяжності маршруту вказані в таблиці 1.6.

Таблиця 1.6 – Кількісні параметри рекреаційно-оздоровчих лижних і піших походів

Клас походу	Тривалість, діб	Протяжність (км)
Туристська прогулянка	До одного дня	До 15-20 км
Похід вихідного дня	До 3-х днів	30-50 км
Багатоденний оздоровчий похід	Немає вимог	Немає певних вимог. До 20 км на день

Бівуаки і пункти великих обідніх привалів необхідно планувати в місцях безпечних і з наявністю чистої, придатної для приготування гарячого харчування води. Краще привали і бівуаки розташовувати в лісовій зоні з метою і організації вечірнього відпочинку біля вогнища. Крім того, розташовувати бівуаки можна і біля інших туристських об'єктів. Це може бути озеро з можливістю рибалки і купання влітку; мальовничий високий берег річки або місце, придатне для проведення розважальних змагань тощо. Так буде доцільно місця обідніх привалів визначити заздалегідь поряд із запланованими для відвідування екскурсійними або рекреаційними



об'єктами. Якщо похід проходить територією національного парку, або іншими відомими рекреаційними територіями, пункти відпочинку туристів можуть бути спеціально обладнані і позначені на туристській карті (як і історико-культурні пам'ятники і екскурсійні об'єкти). При розробці маршруту лижного походу, можна не «прив'язувати» місця бівуаків до зазначених на карті джерел води (оскільки воду можна отримати зі снігу в будь-якому місці). Для організації туристських таборів, в даному випадку на карті слід знайти лісові масиви. Тут туристам забезпечений захист від вітру і дрова для організації нічлігу в зимових умовах (включаючи експлуатацію туристської розбірної печі). Виходячи з розташування в обраному районі цільових рекреаційних об'єктів і зручних пунктів старту і фінішу походу, туристи визначають оптимальну тактичну схему побудови маршруту (рис. 1.3), яка може бути:

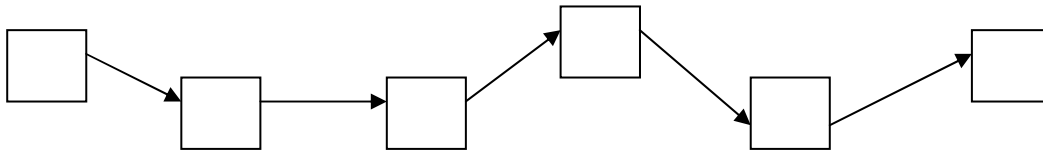
- ✓ лінійною,
- ✓ кільцевою,
- ✓ радіальною,
- ✓ комбінованою (з включенням кільцевих ділянок і ділянок радіального).

Головне, щоб обрана тактична схема максимально відповідала розв'язанню поставлених рекреаційних завдань на маршруті. Зрозуміло, що лінійний маршрут (лінійна тактична схема) не передбачає прокладання прямої лінії руху на карті, а кільцевий – прокладання лінії руху по колу в їх геометричному сенсі. Лінійний маршрут не замкнений, він має різні, віддалені один від одного, пункти старту і фінішу. У разі кільцевого (замкненого) маршруту – передбачається єдиний пункт старту і фінішу. У рекреаційно-пізнавальних походах часто використовують комбіновану схему маршруту з включенням кільцевих ділянок на лінійному маршруті або ділянок радіального руху. Радіальні виходи здійснюються від місць бівуаку або привалу до цільових об'єктів з подальшим поверненням в початковий пункт тим самим шляхом. Застосування радіального руху на маршруті до-

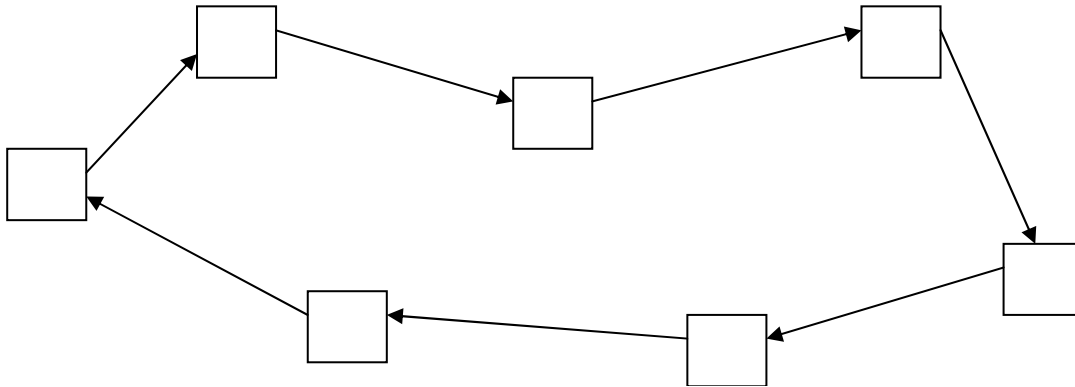


=====

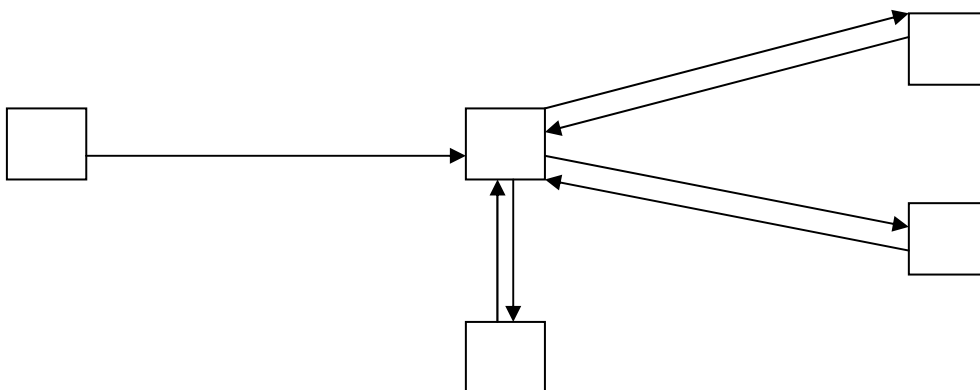
зволяє туристам ефективно провести огляд визначних пам'яток, повніше насолодитися унікальними природними об'єктами, оскільки туристи необтяжені похідним вантажем і не зв'язані вузькими часовими рамками.



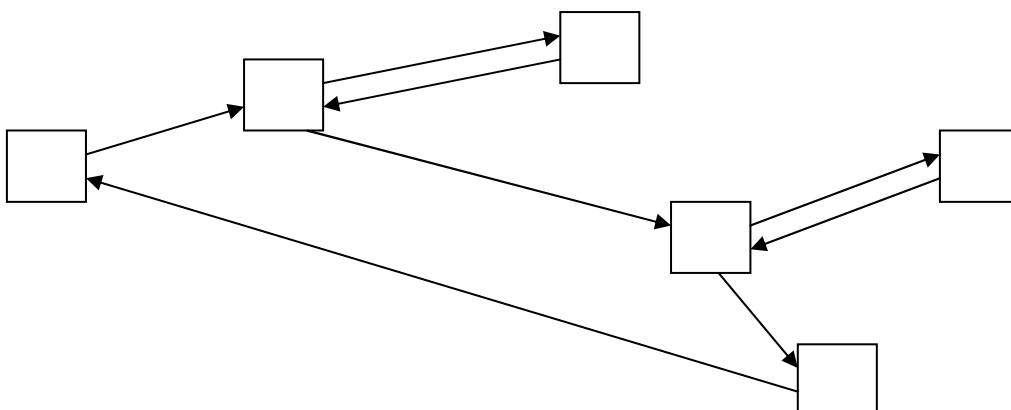
а) лінійна схема побудови маршруту



б) кільцева схема побудови маршруту



в) радіальна схема побудови маршруту



г) комбінована схема побудови маршруту

Рис. 1.3 – Схеми побудови туристських маршрутів

На основі аналізу картографічної та іншої інформації планують конкретні шляхи руху до екскурсійних, рекреаційних об'єктів і місць білуаків. На



карті визначають лісові, польові (але не шосейні, автомобільні) дороги, що йдуть в потрібних напрямках, інші лінійні орієнтири для руху (просіки, береги річок тощо). У пішохідному поході перевагу слід надавати зазначеним на топографічній карті, зручним для руху туристів лісовим або польовим дорогам, стежкам (якщо вони відомі керівникові або описані в спеціальних матеріалах). Навпаки, слід обмежити протяжність переходів просіками і бездоріжжям. Таким чином, на карті визначається конкретна лінія руху для кожного денного переходу. Важливо, щоб ця лінія пролягала по територіях, що містять рекреаційні ресурси району. У межах кожного денного переходу слід визначити низку опорних орієнтирів для руху. Ці орієнтири знадобляться для впевненого орієнтування і дотримання нитки маршруту. Опорними орієнтирами маршруту служать різні орієнтири місцевості:

- ✓ точкові (перехрестя доріг, окремі будівлі, мости тощо);
- ✓ лінійні (дороги і просіки, якими здійснюється рух групи або ті, що перетинаються під час руху; береги річок; межі між лісовими масивами і полями тощо);
- ✓ площадкові (населені пункти, озера, невеликі лісові масиви тощо).

По закінченні виконаної роботи слід оцінити намічений маршрут в цілому: придатність пункту приїзду до початку маршруту і пункту від'їзду, привабливість вибраних рекреаційних і пізнавальних об'єктів, зручність і надійність обраних шляхів руху до них, логічність обраної тактичної схеми маршруту, місця організації бівуаків. Виходячи з масштабу карти, необхідно ще раз ретельно (чітко лінією запланованого руху) заміряти протяжність усіх намічених денних переходів; визначити загальну протяжність маршруту і порівняти її із обраними параметрами для конкретної групи туристів. При необхідності до наміченого маршруту вносяться необхідні корективи, і остаточна лінія маршруту наноситься на карту з вказівкою умовним знаком пунктів старту, фінішу і місць усіх польових нічлігів.

1.4.2 Методика розробки маршруту спортивного походу



Зазначені вище критерії вибору району спортивно-оздоровчого походу мають певне значення і при виборі району проведення спортивного походу (наприклад, наявність цікавих рекреаційно-пізнавальних об'єктів, зручних шляхів сполучення з районом і потенційних населених пунктів початку і закінчення походу). Проте вони у цьому випадку не є домінуючими. Головні критерії вибору району спортивного походу диктуються його специфікою. Основний мотив участі в спортивному поході – це успішне подолання маршруту певної категорії складності, що включає набір природних перешкод і підвищення своєї спортивної майстерності і кваліфікації. Звідси і специфічні для спортивного туризму критерії вибору району походу.

Перш за все, район спортивного походу повинен відповідати класифікаційним вимогам походу. У районі походу має бути достатній вибір природних перешкод для певного виду туризму необхідної категорії складності. Отже найважливіший критерій вибору району походу – *це спортивно-технічна характеристика (наявність класифікованих ділянок, що визначають необхідну технічну складність походу).*

При організації походу, дуже важливо розуміти ступінь підготовки учасників до подорожі в обраному районі з погляду їх спортивно-технічного досвіду і рівня їх кліматичної адаптації. Поступовість в отриманні туристського досвіду, зростання складності подоланих маршрутів – це основа успішності туристської діяльності. Цей принцип спортивного туризму дозволяє сформулювати наступний критерій вибору району спортивного походу – *відповідність району за показниками технічної складності і кліматогеографічними характеристиками досвіду запланованого походу.*

Для успіху спортивного походу важлива його всебічна тактична підготовка: визначення оптимальної тактичної схеми маршруту, вибір перешкод, які можна подолати радіально, вибір місць денних зупинок, можливих продуктових закидань тощо. Тому бажано, щоб район походу надавав можливості для відповідного вибору. Звідси – ще один критерій ви-



=====

значення району походу – *широта можливостей щодо прокладання маршруту в певному районі (зокрема широта вибору похідної тактики).*

Також серед критеріїв вибору району спортивного походу можна визначити наступні:

- ✓ наявність достатньої інформації щодо району походу, зокрема необхідного картографічного матеріалу;
- ✓ відповідність району довгостроковим спортивним планам групи;
- ✓ наявність у групі необхідного для походу в певному районі спорядження і фінансового забезпечення.

У цілому творча робота з розробки маршруту спортивного походу аналогічна роботі зі складання маршруту оздоровчого походу (обирають пункти старту і фінішу, тактичну схему, місця локалізації біваків тощо). При розробці маршруту спортивного походу обов'язково враховуються наступні вимоги:

- ✓ маршрут має бути складений таким чином, щоб врахувати всі класифікаційні вимоги, які передбачені нормативними документами для походів певної категорії складності (тобто мають відповідати за протяжністю, тривалістю і технічною складністю);
- ✓ маршрут має бути логічним, тобто повинен бути складений таким чином, щоб набір природних перешкод органічно «вписувався» в нитку маршруту;
- ✓ маршрут має бути основою тактичного плану (тобто бути лінійним, кільцевим, радіальним або комбінованим; в ньому повинні бути визначені пункти продуктових і інших закидань, також потрібно визначати які природні перешкоди долатимуться з повним викладенням, а які радіально, без нічого тощо);
- ✓ маршрут – основа календарного плану походу, тобто він повинен враховувати вимоги поступовості зростання фізичного навантаження для учасників і поступовості в наборі технічної складності;
- ✓ при складанні маршруту слід враховувати можливості для екст-



реного виходу в населені місця (наприклад, для надання постраждалим кваліфікованої лікарської допомоги).

При складанні маршруту слід серед наявних в районі класифікованих ділянок обрати ділянки необхідної категорії складності. Найбільш вірогідними перешкодами класифікованих ділянок у пішохідних і лижних походах першої категорії складності є наступні природні перешкоди: водні перешкоди (переправи через річки, озера, зокрема по льоду), локальні і протяжні заболочені ділянки, локальні і протяжні ділянки важкопрохідного лісу. Крім того, характерними перешкодами є: ділянки місцевості з вираженим рельєфом, протяжні ділянки руху глибоким снігом, льодом з можливими ополонками тощо. Основне завдання – користуючись картою і іншими довідковими матеріалами, визначити такі ділянки в обраному районі прокладання маршруту і правильно (логічно) «розподілити» їх по лінії руху (тобто планувати лінію руху так, щоб класифіковані ділянки природним чином вписалися в маршрут походу).

Карта сама вказує розташування лісових масивів з мінімумом лісових доріг (вірогідні ділянки складного орієнтування і руху за азимутотом), заболочені ділянки місцевості тощо. Користуючись картою, можна в обраному районі походу знайти просіки, що йдуть в потрібному напрямі, рух якими на лижах в сніжну зиму, швидше за все, пов'язаний з важким прокладанням лижні, подоланням лісових завалів. За картою також легко визначити можливі місця переправ через річки із зазначенням потрібних параметрів їх ширини, глибини і швидкості течії, а також інші природні перешкоди.

При плануванні маршруту необхідно дотримуватися логічності його побудови, щоб заплановані класифіковані ділянки органічно в нього вписалися. Наприклад, потрібно уникати ситуацій, коли передбачається здійснити переправу через річку поряд з вказаним на карті мостом; коли намічається азимутний перехід поблизу від дороги, що йде в тому ж напрямі; коли передбачається рух заболоченою ділянкою поблизу із зазначеною на карті насипною дорогою тощо. Необхідно створити такий маршрут, де



руху класифікованими ділянками буде мало альтернатив. Шлях, пов'язаний з подоланням природних перешкод на певній ділянці маршруту, має бути найбільш оптимальним для досягнення кінцевого орієнтира дня і всього походу (найменш витратним за часом або за відстанню, що долається) чи взагалі єдино можливим. Якщо планується на маршруті ділянки руху за азимутом, то така ділянка повинна починатися і закінчуватися чітким орієнтиром. Необхідно звернути увагу, що при плануванні маршруту не забороняється використовувати для руху попутні дороги (але не шосейні), лісові просіки; включати в лінію маршруту ділянки безлісої місцевості, населені пункти (села, хутори) як надійні опорні орієнтири. Кількість складних ділянок має бути не дуже великою, оскільки для виконання вимог категорії складності маршрут потрібно подолати чітко за певний час.

Дії з вибору тактичної схеми принципово не відрізняються від дій, описаних вище у разі розробки маршруту оздоровчого походу. Необхідно уважно оцінити можливі пункти старту-фінішу і виділити з них найбільш зручні для під'їзду-від'їзду туристської групи, визначити на карті району походу розташування обраних пунктів старту-фінішу, класифікованих ділянок, і можливості для організації бівуаків. Таким чином, сама топографічна карта підкаже оптимальну схему маршруту. У поході першої категорії складності рідко зустрічаються ділянки радіального руху (тільки у разі потреби відвідати природні або інші визначні пам'ятки). Тому, найвірогідніше маршрут буде лінійним або кільцевим.

Інше важливе завдання – дотримання вимог поступового зростання фізичних навантажень та складності техніко-тактичних завдань, що необхідно розв'язувати учасникам походу під час проходження маршруту. Похід першої категорії складності нетривалий. Проте і в цьому випадку слід «розташувати» складні ділянки таким чином, щоб подолання фізично складних ділянок маршруту та найбільш протяжні денні переходи припадали на 3-5-й дні походу, коли учасники адаптуються до навантажень і похідних умов. Вірогідне включення в середину маршруту населеного



пункту, що дозволить поповнити запаси продуктів і не починати рух маршрутом з максимальним стартовим вантажем.

Інші дії з розробки спортивного маршруту: вибір місць організації біваків, розбиття маршруту на денні переходи, визначення опорних орієнтирів для руху маршрутом, корегування «чорнового» маршруту не відрізняються від вищеописаних дій відносно рекреаційних походів. В цьому випадку лише необхідно врахувати кількісні параметри походу (наприклад, для пішохідного походу першої категорії складності, 6 днів, 130 км) і розробляти маршрут відповідно до них. Зокрема, протяжність запланованих денних переходів приблизно складе від 15-17 км в перший день походу, до 20-25 км в наступні дні. Узагальнена схема дій з розробки маршрутів рекреаційних і спортивних походів представлена на рис. 1.4.

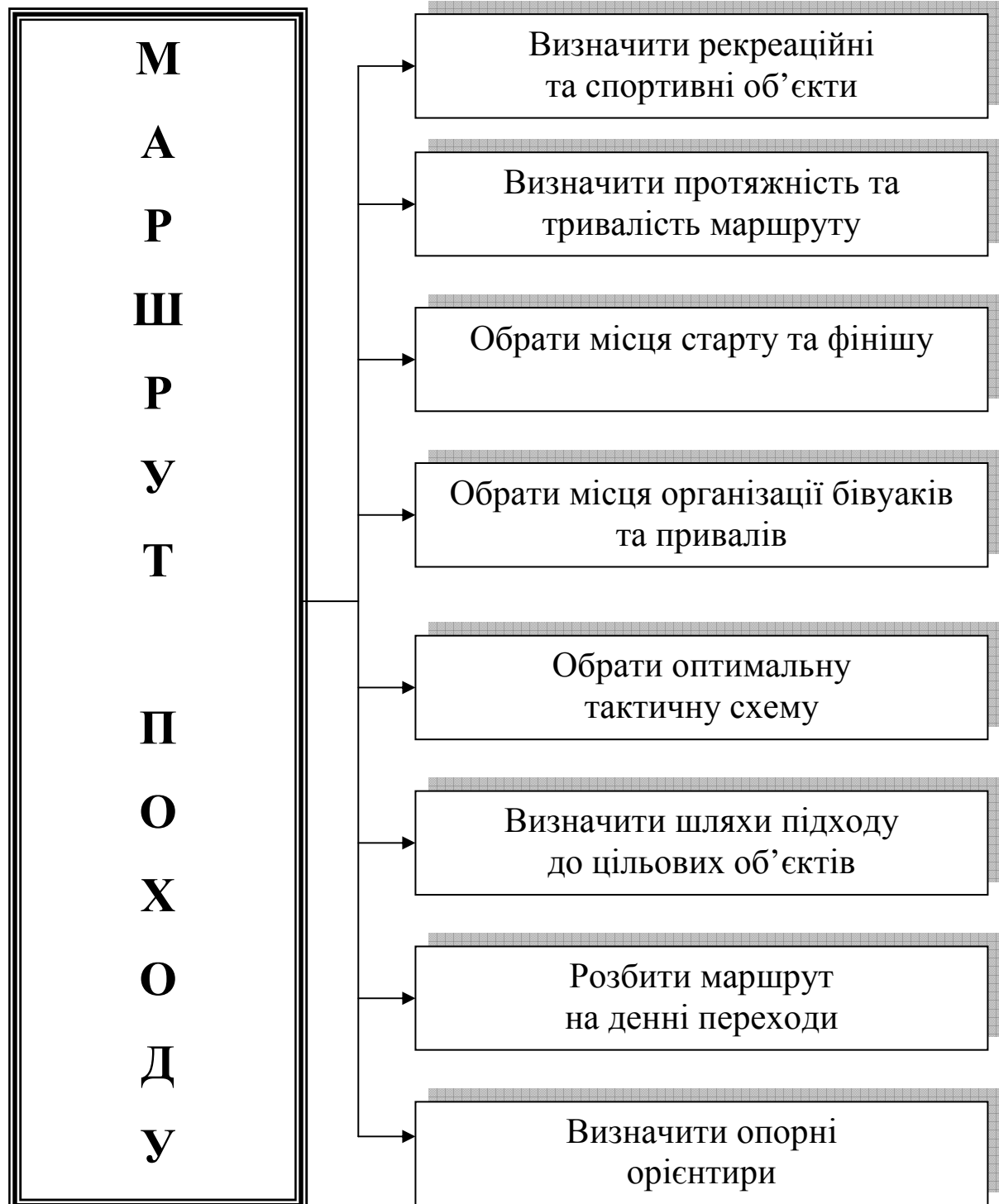
Найважливішим елементом організації походу є розробка його плану. Власне кажучи, планування необхідне у будь-якому виді діяльності, якщо необхідно досягти певного результату. Не виключення і туристська діяльність в цілому, і організація походу зокрема. Грамотно складений план походу – основа ефективного досягнення похідних цілей і розв'язання поставлених завдань. Отже, можна говорити про те, що складання плану походу є важливим елементом похідної тактики, що реалізується в підготовчий період.



Фактично цей документ повинен відповісти на наступні питання: що, як і коли треба зробити, щоб виконати поставлені перед походом цілі і завдання? У рекреаційному поході, наприклад, слід розв'язати питання з ефективного оздоровлення, відпочинку його учасників і пізнавальні (освітні) завдання. Отже, план походу повинен чітко вказати спосіб виконання певних завдань засобами туризму. План походу – це поняття комплексне; він зазвичай включає наступні розділи: графік руху по маршруту, план-графік екску-



рськійно-пізнавальних і рекреаційних заходів маршрутом (ці два графіки об'єднуються поняттям плану-графіка походу), режим руху і харчування на



маршруті, план розподілу вагових навантажень на учасників походу.

Рис. 1.4 – Дії з розробки маршруту рекреаційного і спортивного походів

Графік руху маршрутом або, як його часто називають календарний план-графік – це графік руху маршрутом і графік здійснення запланова-



них похідних заходів. Графік руху заснований на розробленому маршруті тобто відповідає денним переходам. Він визначає дату і час прибуття до початку маршруту і від'їзду від кінцевої точки маршруту; кількість денних переходів і дати ночівель в намічених пунктах; дати і пункти організації днювань і полуднювань на маршруті.

Крім того, похідний план-графік визначає терміни відвідання і час огляду рекреаційних об'єктів; проведення екскурсій і рекреаційних заходів (змагань, ігор, пляжно-купального відпочинку тощо).

План-графік руху маршрутом – це один з компонентів ефективного досягнення намічених цілей. Грамотно складений план-графік повинен враховувати конкретні особливості групи (віковий склад, фізичні можливості учасників, їх захоплення і інтереси тощо). Зокрема графік руху повинен плануватися з урахуванням необхідних і достатніх оздоровчих фізичних навантажень на учасників походу. Так, як вже згадувалося вище, в оздоровчих піших походах вихідного дня звичайні денні переходи не перевищують 20 км (в середньому 15 км), з урахуванням того, що середня швидкість руху групи складе 3-5 км/год. Доцільно планувати перший і другий перехід багатоденного походу не більше 15 км, враховуючи скорочені за протяжністю переходи на складних ділянках маршруту, а також у дні намічених екскурсійних, розважальних заходів тощо.

План походу визначає також режим руху групи маршрутом походу. Режим руху туристів на маршруті зумовлюють наступні кількісні показники: час початку та закінчення руху в кожен ходовий день; кількість запланованих на день переходів; тривалість окремих переходів (у хвилинали); тривалість малих і великих привалів. Режим руху не повинен бути надмірно напруженим для учасників походів і повинен дозволити виконати необхідні рекреаційно-пізнавальні завдання. Режим руху природно, як і інші компоненти плану будується залежно від складу туристської групи, протяжності світлового дня в період походу, сезону походу і плану заходів кожного конкретного дня походу. У літній період до обіднього великого привалу група



в оздоровчому поході здійснює 4-5 переходів, тривалістю від 30 до 50 хвилин, після обіднього привалу 3-4 переходи. На малі привали відводиться 10-15 хвилин. Великий привал займає 1,5-2 години. У зимовий і осінній період кількість переходів на день в цілому скорочується, може також скорочуватися і час, відведений на обідній привал. Кількість і тривалість переходів змінюється відповідно до плану рекреаційно-пізнавальних заходів. У разі проведення екскурсій, розважальних оздоровчих заходів кількість переходів у конкретний день походу може істотно скорочуватися або група може залишитися на місці розгорненого табору на днювання.

Похідний режим навантаження не можна просто визначити часом руху маршрутом – він визначається об'ємом і інтенсивністю фізичної та іншої роботи, що виконується туристами у певний день походу, або у певний денний перехід. Ділянки маршруту є не рівноцінними за своїми технічною, фізичною, психологічною складністю і, відповідно, за енергією, що витрачається, на одиницю часу для їх подолання. Оптимальна тактична схема для туристського походу може передбачати як рівномірний, оздоровчий режим навантаження впродовж усього походу, так і певну варіацію режиму навантаження. У будь-якому випадку планування похідного режиму навантаження повинне призвести до виконання оздоровчої мети походу, тобто навантаження не повинні виходити за рамки фізичної рекреації для певного контингенту туристів. Маршрут, що розробляється, є основою для регулювання режиму навантаження в конкретні похідні дні. Величина фізичного навантаження може вимірюватися у вигляді енергетичних витрат організму туриста для виконання певної роботи на маршруті (у ккал), а її контроль на маршруті може здійснюватися за простими фізіологічними показниками (наприклад, за частотою серцевих скорочень).

Режим харчування в поході визначає денний розпорядок. У туристському поході, залежно від його тривалості, сезону походу і ряду інших обста-



вин зазвичай застосовується триразовий режим гарячого харчування* (сніданок, обід, вечеря) в сукупності з «кишеньковим» холодним харчуванням під час денних переходів або чотириразовий режим харчування (три рази – гаряче харчування і один раз – холодне) в сукупності з «кишеньковим» харчуванням. У сезон з коротким світловим днем режим харчування може трансформуватися в дворазове посилене гаряче харчування (сніданок і вечеря) і великий обідній привал в сукупності з «кишеньковим» харчуванням.

Доцільно планувати і динаміку вагових навантажень, що припадають на учасників туристських походів. Природно, що маса рюкзака на маршруті змінюється з часом. Витратним вмістом рюкзака туриста є продукти харчування, і, якщо похід проходить по безлісним районом, паливо для туристських нагрівальних і освітлювальних приладів. Перед початком походу встановлюється стартова маса групового спорядження і харчування (суспільний вантаж) з розрахунку на одного учасника (учасницю). У туристському поході вагове навантаження на учасницю на старті походу зазвичай планують в розрахунку 50-75% від навантаження на учасника. Абсолютна стартова маса групового спорядження і харчування, що припадає на дорослого (18 років і більше) учасника, в багатоденному поході не перевищує зазвичай 10 – 12 кг.

Зниження вагових навантажень піддається в певних межах плануванню. Загальним принципом є в цілому рівномірне зниження маси рюкзака (витрата продуктів) учасників походу. Проте, «витратні» вантажі, в першу чергу, мають вилучатися у найменш фізично підготовлених учасників та в учасників, що несуть найбільш важке не витратне групове спорядження усім маршрутом (наприклад, в учасників, що несуть намети). Як вказувалося вище, зниження вагових навантажень можна планувати за рахунок вдало підібраної тактики: поповнення запасів продуктів на маршруті (і, відповідно, зниження стартової ваги рюкзака, використання радіальних виходів (без важких рюкзаків) на маршруті, організацію одного

* Більш детально ці питання будуть розглянуті у розділі «Організація харчування в туристському поході»



або кількох продуктових «закидань» по ходу маршруту)*.

1.4.3 Особливості розробки комерційних туристських маршрутів

Розробка комерційних маршрутів з використанням моторизованих засобів пересування за своїми принципами мало чим відрізняється від розробки спортивних та спортивно-оздоровчих походів. Але має певні відмінності.

Визначення району прокладання маршруту відбувається не лише орієнтуючись на наявність основних туристських об'єктів, в тому числі і інфраструктури розміщення, харчування, транспортного сполучення, а із урахуванням результатів ретельних маркетингових досліджень щодо уподобань туристів, наявності аналогічних або близьких за змістом маршрутів у конкурентів тощо.

За рахунок виконання вищевказаних дій можна чітко визначити:

- ✓ район проведення можливого туру;
- ✓ місця початку та закінчення маршруту (зазвичай комерційні маршрути будуються як кільцеві або радіально-кільцеві, тобто початок і закінчення маршруту відбувається в одному і тому ж місці);
- ✓ основну тематику маршруту (культурно-пізнавальний, релігійний, комбінований), саме це дозволяє визначити найбільш привабливі туристські і екскурсійні об'єкти, після чого безпосередньо визначити нитку маршруту;
- ✓ час або сезон проведення турів, періодичність;
- ✓ рівень конкурентоспроможної ціни для певної категорії туристів (за рахунок вивчення існуючих турів), після чого туроператор розпочинає пошуки шляхів для формування саме такої вартості поїздки (важливим елементом є пошук партнерів, що надаватимуть первинні туристські послуги – розміщення, харчування, транспортного обслуговування,

* Детальніше аспекти організації спортивних туристських походів будуть розглянуті у другому розділі



екскурсійного обслуговування тощо, укладання з ними договорів). Зрозуміло, що туроператор, розробляючи власний авторський тур, аналогів якому немає на туристському ринку при формуванні вартості може керуватися і витратним методом;

✓ мережу збуту (це укладання договорів із турагентами, презентація нового маршруту за рахунок включення його у каталоги або/і організації рекламного туру для представників турагентств. Цей захід можна вважати дуже потрібним, адже паралельно під час проведення такого інфотуру буде відбуватися і його апробація із можливістю подальшого коригування).

Насправді, розробка, організація та впровадження комерційних турів є набагато більш складним процесом, адже існує на кожному етапі, перш за все, фінансова відповідальність туроператора перед партнерами та безпосередньо туристами. Людина, яка сплачує гроші за певну послугу, в тому числі, туристську, вимагатиме максимальної якості надання цієї послуги, її відповідності розрекламованим параметрам*.



Контрольні питання і завдання

1. Розкрийте поняття туристського маршруту, вкажіть його основні риси.
2. Які вимоги висуваються при створенні туристських маршрутів?
3. Яка різниця між категорійними і некатегорійними туристськими маршрутами? Від яких чинників залежить категорія складності туристського маршруту?
4. Які види спортивного туризму виділяються? Дайте їм стислу характеристику.

* Питанням організації комерційних турів та особливостям функціонування комерційного туристського ринку більш ретельно буде приділено увагу у третьому і четвертому розділах.



- =====
5. Чи можна віднести гірськолижний туризм до спортивного туризму? Розкрийте сутність гірськолижного туризму. Які види трас виділяються в цьому виді туризму?
 6. Назвіть основні етапи розробки спортивно-оздоровчих маршрутів.
 7. Охарактеризуйте основні критерії вибору району подорожі для некатегорійних маршрутів.
 8. Наведіть основні схеми побудови туристських маршрутів?
 9. Розкрийте принципи розробки маршруту спортивного походу.
 10. В чому особливість розробки комерційних туристських маршрутів?





РОЗДІЛ 2

**ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ТУРИСТСЬКИХ МАРШРУТІВ З
АКТИВНИМ СПОСОБОМ ПЕРЕСУВАННЯ**

2.1 Комплектування туристської групи

Способи створення туристської групи можуть бути різними. Певний вольовий вплив на цей процес говорити можна з певною долею умовності. Туристська група – це тимчасове соціальне утворення, колектив людей, що об’єдналися для здійснення походу на добровільних засадах. Об’єднання ці відбуваються на основі спільної трудової діяльності, навчання, місця проживання, дружби тощо. Групи створюються, розпадаються або існують багато років.

Об’єднанню туристів в групи, в першу чергу, сприяють туристські секції в колективах фізкультури підприємств, установ і навчальних закладів; міські і районні туристські клуби; школи і семінари з підготовки громадських туристських кадрів; туристські бази та фірми, що організують маршрути з активним способом пересування; масові туристські заходи (зльоти, змагання).

Туристська група має певну структуру, що заснована на постійному або тимчасовому розподілі обов’язків на початках добровільності і самоорганізації. Її вимоги як до учасників, так і до керівника походу, регламентуються Правилами проведення туристських спортивних походів.

Успішна організація і проведення походу багато в чому залежать від чисельності групи. Якщо вона нечисленна, важче буде організувати проходження складних ділянок маршруту, обладнати місце нічлігу, а у разі потреби забезпечити допомогу постраждалому і його транспортування. Тому Правилами встановлена мінімальна кількість учасників для походів різної категорії складності. Занадто великою групою важко керувати, особливо в складних походах. Практика показує, що оптимальний склад гру-



пи – це 6-10 чоловік. При подорожі на автомобілях і мотоциклах чисельність групи залежить від кількості транспортних засобів, яка встановлена для походів різної категорії складності. У групі необхідні змінні водії.

Специфіка водних, особливо спелеопходів, часто вимагає збільшення складу групи. При роботі в складних печерах необхідні люди на поверхні. Для сплаву складними річками часто потрібні різні види судів, організація страховки з берега, тому необхідно людей більше, ніж зазвичай.

Жодні тренувальні заняття, теоретичні курси не йдуть у порівняння з практичним досвідом, який туристи набувають у попередніх походах. Тільки такий досвід – основа успішної і безаварійної подорожі. У походах II-V категорій складності може брати участь не більше однієї третини туристів з досвідом походів на дві категорії нижчою, решта повинні мати досвід участі в поході попередньої категорії складності. Якщо впродовж кількох років турист не брав участі у категорійних походах, то йому не рекомендується брати участь в поході більш високої категорії порівняно з тією, що була в попередніх походах. Якщо у цей період турист брав участь в походах нижчих категорій або керував ними, і ці походи проводилися на гідному спортивному рівні, на таких туристів це положення не поширюється.

Навіть під час звичайної відпустки можна зробити два, а то і три походи підряд, послідовно підвищуючи їх складність. Але таке надбання досвіду неприпустимо, адже в походах трапляються прорахунки в тактиці, техніці подолання перешкод, і не всі учасники підтверджують необхідний рівень підготовки. Після кожного походу це необхідно обмірковувати, дійти відповідних висновків, підтвердити у МКК (Маршрутно-кваліфікаційна комісія) фактичне проходження маршруту. Тому Правилами передбачено, що при здійсненні двох походів з розривом менш одного місяця досвід, набутий в першому поході, не береться до уваги при вирішенні питання стосовно допуску до участі (керівництва) в наступному поході.

Багато туристських груп, розробляючи маршрут походу, включають



до нього ділянки першопроходження, які можуть виявитися у технічному і тактичному плані складніше допустимих для походу запланованої категорії складності. У гірських походах це, головним чином, перевали; у водних – окремі ділянки (пороги) річки, що ще не проходилися, або річка в цілому; у спелеотуризмі – печери цілком або частково. В інших видах туризму, зокрема в пішохідному і лижному, ділянками першопроходження слід вважати нові райони із складним орієнтуванням, перетинання або траверс гірських хребтів, переправи через річки. Дві третини учасників і керівники таких походів зобов'язані мати досвід, відповідний до визначеної категорії складності на цих ділянках маршруту, а для першопроходження класифікованих перевалів – досвід проходження перевалів такої ж напівкатегорії складності.

Найкращим періодом для більшості походів вважається літо. Мороз, сильні вітри, тривалі снігопади, короткий світловий день – ось що чекає туриста в горах в решту місяців. Навесні, з приходом тепла осідає сніг, починається масове сходження лавин. Бурхливе танення снігу навесні і затяжні дощі восени збільшують обсяг води і швидкість течії у гірських річках, ускладнюється керування байдаркою, плотом при проходженні порогів, при причалюванні. На дії групи впливає і чинник переохолодження.

Але останніми роками багато туристських груп обирають для гірських походів зимовий час, подорожують в горах і сплаваються річками навесні і восени. Аналіз походів в горах і сплавів по ріках в міжсезонні показує, що із звичайними літніми мірками підходити до досвіду групи в цей час не можна. Крім специфічних погодних умов, багато невдач в походах в цей час слід віднести до недостатньої (а то і до повної відсутності) тренуваності після зимового періоду (особливо у водників), до поспіху через прагнення зробити заліковий похід за короткий період травневих свят.

До учасників таких походів, що проводяться в неоптимальні терміни, висуваються підвищені вимоги: вони повинні або мати відповідний досвід участі (керівник – досвід керівництва) в походах, здійснених в та-



ких же умовах, або досвід походів тієї ж категорії складності в оптимальні терміни. Оптимальні терміни проведення походів в різних районах для різних видів туризму різні і неоднакові з року в рік. Решту всього часу прийнято вважати міжсезонням.

У Правилах записано, що учасники походу зобов'язані пройти всебічну підготовку до його початку. Вони повинні мати спеціальні навички і знання, необхідні для успішного проходження маршруту тієї або іншої категорії складності. Це передбачає володіння технікою пересування, подолання перешкод, властивих тому або іншому виду туризму, уміння організувати страховку і самостраховку, знання і уміння користуватися спеціальним спорядженням. Усе це можуть дати туристові не тільки школи і семінари, але і заняття в туристській секції, тренування групи. А головне – попередні походи, використання знань з практики.

У гірських походах, особливо на великих висотах, людина опиняється у незвичних і важких для організму умовах. Крім спеціальних передпохідних тренувань і правильної, з урахуванням акліматизації, побудови маршруту, велике значення має досвід перебування на висотах в попередніх походах. Правилами встановлено, що такий висотний досвід не повинен відрізнятися від максимальної висоти у запланованому поході більш ніж на 1 200 м, якщо передбачаються підйоми вище 5 000 м.

При комплектуванні групи для водного походу необхідно враховувати спеціальний досвід залежно від типу судів. Учасники менш складних походів можуть мати досвід попередніх походів на будь-яких судах. Починаючи з IV категорії складності до байдаркових походів допускаються учасники з досвідом походів тільки на байдарках, а для походів на плотах, надувних човнах і катамаранах повинен бути досвід попередніх походів на тому ж виді судів або на байдарках.

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що основним і вирішальним напрямом гарантування безпеки походів є практичний туристський досвід, отриманий в попередніх походах, перш за все, в похо-



дах з певного виду туризму. Кожен різновид туризму розвивався своїм природним чином, вироблялися специфічні, властиві тільки йому способи і прийоми подолання природних перешкод. Але в таких видах туризму як пішохідний, лижний і гірський, є багато спільного, а межа між цими видами не завжди чітко простежуються.

Правилами обумовлена можливість переходу з одного виду туризму в інший з урахуванням досвіду, отриманого в походах з одного з цих видів. Правда, кількість таких учасників походу не повинна перевищувати однієї третини складу групи.

У гірських походах можуть брати участь туристи з досвідом пішохідних і лижних походів тієї ж категорії складності і ті, що задовольняють вимогам проходження класифікованих перевалів. Але тут не слід забувати, що додаткові вимоги до учасників гірських походів передбачають певну кількість перевалів для походів кожної категорії складності. Тому досвід проходження, наприклад, одного перевалу 1Б категорії складності ще не надає права брати участь в поході з перевалом 2А.

При вирішенні питання щодо допуску туриста до комбінованого походу слід брати до уваги його досвід участі в походах з окремих видів туризму. Це стосується і спелеотуристів, якщо походи до печер передбачають подолання природних перешкод в наземній частині.

У походи VI категорії складності ходять досвідчені туристи, в яких не один складний похід. Проте до групи все одно висувають підвищені вимоги. Усі учасники такого походу повинні мати досвід участі в двох походах V категорії складності з даного виду туризму. У групі необхідно мати заступника керівника, що вже побував в поході VI категорії складності і керував походом V категорії складності. У водних походах обов'язкова наявність не менше двох судів. *Участь у таких походах (VI категорії складності) не є обов'язковою для присвоєння спортивних розрядів і звань з туризму.*

Правильна підготовка до походу і його успішне проведення багато в



чому залежать від керівника. Ним повинна бути авторитетна, досвідчена, вимоглива людина, що має організаторські здібності. Туристська група самостійно обирає свого керівника. Правда, часто він сам є ініціатором її створення. У керівника туристський досвід повинен бути соліднішим або таким же, як у більшості членів групи. Щоб керувати групою, необхідно побувати в поході тієї ж категорії складності і мати досвід керівництва походом на категорію складності нижче і обов'язково в тому ж виді туризму (у водних походах – на тих же судах).

Керівники і учасники походу, що включає елементи походів вищих категорій складності, повинні виконувати вимоги, що висувають до більш складних походів.

2.2 Безпека туристських походів

Тривале перебування туриста в природному, незвичному середовищі достатньо серйозно змінює порядок його життєдіяльності, при цьому *під життєдіяльністю розуміють нормальне функціонування організму людини, як системи, в певних умовах середовища.*

Дійсно, в похідних умовах звичайний порядок функціонування організму туриста буде більшою чи меншою мірою змінений. У поході на туриста впливатиме низка несприятливих чинників. По-перше, це несприятливі чинники *зовнішнього середовища*: зміна звичного кліматичного поясу, складні погодні умови походу. По-друге, це чинники *фізичної складності маршруту*: високі фізичні навантаження, зміна режиму харчування і водного режиму, кисневе голодування в горах тощо. По-третє, це чинники *технічної складності маршруту*: несприятливі характеристики рельєфу, лісових масивів, водних перешкод тощо. Нарешті, по-четверте, це чинники *психічної напруженості походу*: підвищений рівень емоційного навантаження і, як наслідок, збудження нервової системи, перебування людини тривалий час «усередині» малої групи людей з обмеженістю мо-



жливостей спілкування тощо. Зрозуміло, ці чинники спричиняють безпосередній вплив на процеси життєдіяльності людини і повинні враховуватися туристами при підготовці і проведенні походу.

Чинники зовнішнього середовища. У широкому сенсі, до таких чинників слід віднести *кліматичні і погодні умови* в районі походу. Залежно від обраного району походу звичний для туриста клімат (кліматичний пояс) може більш-менш різко змінитися, що вимагає адаптації його організму до нових умов життєдіяльності. На зміну клімату впливають такі географічні чинники як широта і висота місцевості, близькість її до морського побережжя тощо. У свою чергу, зміни звичного клімату виявлятимуться у зміні окремих його показників: середньої денної і нічної температур, середньої інтенсивності сонячної радіації, вологості повітря, середньої кількості атмосферних опадів за певний період та інших явищ, що впливають на організм туриста в комплексі. Погодні умови на маршруті також або полегшують, або ускладнюють подолання маршруту в цілому і підтримку нормальної життєдіяльності туриста зокрема.

Слід особливо відзначити, що подорожі в гірських районах (райони середньогір'я, високогір'я) обов'язково пов'язані з певною зміною клімату і супроводжуються особливо мінливими погодними умовами. Таким чином, висота району походу над рівнем моря і висотні характеристики маршруту є найважливішим чинником, що вимагає особливого підходу до життєзабезпечення туристів. Перш за все, особливі кліматичні умови характерні для районів середньогір'я (1 000 – 3 000 м над рівнем моря) і високогір'я (понад 3 000 м над рівнем моря).

У горах *середня температура повітря* тим нижча, чим більша висота. Якщо середня температура на рівні моря дорівнює 15°C, то по мірі сходження вона зменшуватиметься у середньому на 6,5°C на кожних 1000 м підйому, аж до висоти близько 11000 м. До того ж для гір характерні різкі перепади температур (нічних температур порівняно з денними температурами, температури в тіні порівняно з температурою на сонячному боці).



Тому гори диктують особливі вимоги до підтримки теплового балансу туриста. При сильній денній сонячній радіації, відсутності циркуляції повітря організм туриста нерідко перегрівається. Навпаки, ввечері, вдень на тіньовому боці гірських схилів і при сильному вітрі туристові загрожує переохолодження. На висоті помітно знижується також *відносна вологість* повітря. Оскільки в горах повітря сухіше, втрати води з повітрям, що видихається, в цих умовах більші, ніж на рівні моря. *Сонячна і ультрафіолетова радіація* в горах інтенсивніша, ніж на рівнині, що може так само зумовити різноманітні негативні впливи (викликати опіки, засліплення відбитим від снігу випромінюванням тощо).

Особливо слід зазначити такий найважливіший чинник, що впливає на функціональні можливості організму в умовах висоти, як *відносно низький вміст кисню в повітрі*. Залежно від висоти сходження над рівнем моря атмосферний тиск падає, відповідно зменшується і концентрація кисню, оскільки його відсотковий вміст у повітрі залишається незмінним (знижується парціальний тиск кисню). Цей негативний для людини чинник викликає зниження вмісту кисню в крові, погіршення постачання киснем тканин і зниження швидкості окислювальних процесів. Відповідно вже на початку маршруту навіть на висоті більше 1 000 м над рівнем моря у туриста погіршується самопочуття, знижується працездатність. Таким чином, здійснення походів в горах вимагає обов'язкового періоду адаптації організму до нових, несприятливих умов середовища. Такий відносно короткий період пристосування організму до гірського клімату, підвищення стійкості організму до браку кисню називають *акліматизацією*. Фізіологічно акліматизація організму відбувається за рахунок процесів, що сприяють: 1) підвищенню постачання кисню до тканин і органів; 2) пристосуванню тканин до функціонування при пониженому вмісті кисню. Процесу акліматизації сприяє передсезонна посилена фізична підготовка, ступінчасте сходження на великі висоти з відповідними м'язовими навантаженнями і раціональне харчування.



Звичайно, окрім чинників зовнішнього середовища, на процеси життєзабезпечення учасників походу впливають характеристики самого маршруту: його фізична, технічна складність і, відповідно, психологічна напруженість. Фізичне навантаження має дві різні сторони – *об'єм і інтенсивність*. Під об'ємом навантаження розуміють сумарну її кількість на одиницю часу. В туризмі об'єм навантаження можна вимірювати, наприклад, в межах пройденої відстані з вантажем певної маси. Інтенсивність навантаження означає ступінь напруженості зусиль і вимірюється такими величинами як швидкість рухів, потужність роботи. Активний рекреаційний туризм передбачає щадні або оздоровчі фізичні навантаження для його учасників, обмежені рамками фізичної рекреації або рамками оздоровчого тренування. Навантаження повинні виконуватися в аеробній зоні, коли організм отримує необхідну кількість кисню під час роботи. Основна мета фізичної активності учасників в цьому випадку – це відновлення наявних фізичних можливостей і їх розвиток, з метою зміцнення здоров'я людини.

Рівень фізичної активності у спортивному туризмі навпаки, не є суворо дозованим – часом учасники походів і змагань отримують фізичні навантаження, близькі до їхніх максимально можливих. Особливо високі фізичні навантаження можливі в гірських походах, де маршрут характеризується значними перепадами висот. Залежно від характеру маршруту (категорії його складності) турист щодня витрачає на його подолання від 3000 до 6000 і більше кілокалорій. Тоді і життєзабезпечення туристів повинне бути організоване так, щоб підвищені навантаження не призвели до надмірного стомлення туриста, різкого зниження його працездатності.

Технічна складність маршруту (складність класифікованих ділянок), разом з його фізичною складністю, визначає рівень нервово-емоційного напруження учасників походу і їх відповідні енерговитрати. Подолання складних ділянок маршруту, де гостро відчувається підвищений рівень ризику (небезпечні гірські схили, пороги на гірських річках тощо) вимагає від учасників значної концентрації фізичних і духовних сил (а відповідно



і функціонування основних систем організму в нештатному, енергоємнішому режимі). Крім того, чинниками, що збільшують психологічну напруженість походу, є: тривале перебування в достатньо невеликому колективі. Тоді і організація життєзабезпечення групи повинна бути побудована таким чином, щоб можливі фізичні і емоційні перевантаження на маршруті були успішно компенсовані.

Зрозуміло, що усі вищеперелічені чинники, які впливають на життєдіяльність туристів, в поході діють в комплексі, як єдине ціле. Фізично і технічно складний маршрут подолати легко, якщо туристів супроводжують гарні погодні умови, якщо в колективі склалися прекрасні товариські взаємини, якщо група повністю довіряє своєму досвідченому керівникові, якщо учасники адаптовані до кліматичних особливостей району походу. У зворотній ситуації напруженість походу, фізичне і нервово навантаження на туристів на багато разів збільшується.

Організм туриста повинен пройти своєрідну адаптацію до похідних умов. Необхідний рівень життєзабезпечення туристів на маршруті – це найважливіший чинник їх безпеки. Безпеку будь-якої діяльності можна в принципі гарантувати двома шляхами: 1) усуненням джерел небезпеки, власне можливості будь-яких стихійних лих, аварій та інших катаклізмів; 2) підвищенням захищеності від небезпек, здатності надійно їм протистояти. Усунути всі джерела небезпеки похідного життя в принципі неможливо, а ось підготуватися до них, знизити ризик їх впливу необхідно. Зокрема, звичайно, потрібно підготуватися і організувати прийнятний рівень життєзабезпечення. Організація такого життєзабезпечення туристів складається з комплексу взаємопов'язаних елементів:

- ✓ необхідного циклу підготовки і тренування (теоретичні, фізичні, техніко-тактичні тренування) до походу певної складності;
- ✓ цілеспрямованої адаптації до кліматичних умов району походу;
- ✓ тактично грамотно складеного маршруту і плану походу, з урахуванням необхідного періоду акліматизації туристів, поступовості в під-



вищенні рівня фізичної і технічної складності;

- ✓ вибору і застосування захисної екіпіровки і спорядження відповідного до умов проведення походу (включаючи медичне спорядження);
- ✓ використання раціону харчування і в цілому організації харчування відповідно до особливостей маршруту походу;
- ✓ застосування техніки бівуачних робіт, що адаптовані до умов походу і дозволяють домогтися потрібного відновлення сил і повноцінного відпочинку туристів.

Проте, простої адаптації до походу і похідним умов недостатньо, необхідно також чітко розуміти, які ще негативні чинники можуть впливати на учасників туристської групи, і яким чином туристи повинні їх долати. З цією метою чинники ризиків активної туристської діяльності необхідно систематизувати. Вагомими підставами для систематизації є:

- 1) період впливу чинників (період виникнення небезпеки);
- 2) роль особи (суб'єкта) в генерації чинників (створенні небезпечної ситуації).

На підставі періоду виникнення потенційної небезпеки всі чинники ризиків можна розподілити на дві категорії:

- ✓ попередні (помилкові дії і рішення туристів на стадії передпохідної підготовки);
- ✓ безпосередні (чинники ризиків, що діють безпосередньо на маршруті походу).

До характерних помилок передпохідної підготовки і організації походу можна віднести:

- ✓ помилки в розробці маршруту і плану походу в цілому;
- ✓ помилки в матеріальному забезпеченні походу (складанні похідного раціону харчування і у виборі особистого і групового спорядження, недостатнє фінансування);
- ✓ помилки в комплектуванні групи;
- ✓ недоліки в передпохідній підготовці туристів: фізичній, техніко-



тактичній, психологічній.

Очевидно, що вказані помилкові дії є потенційною загрозою безпеці туристів, яка може з певною вірогідністю реалізуватися під час здійснення походу. Наприклад, якщо розроблений маршрут спортивного походу не відповідав технічним і фізичним можливостям учасників групи (технічна складність маршруту і його протяжність виявилися завищеними для конкретного складу групи), то ці помилки при підготовці маршруту призвели вже в похідних умовах до порушення наміченого графіка руху, режиму харчування; до фізичної і моральної втоми учасників походу. На тлі фізичного стомлення, психічної напруги природно зростає небезпека здійснення тактичних, технічних помилок при подоланні природних перешкод, порушується координація рухів, сповільнюється швидкість реакції. Увесь комплекс несприятливих чинників в результаті може призвести, наприклад, до порушення тактики подолання перевалу: група, що вибилася з наміченого графіка руху, долає камененебезпечний перевал у невідповідний час дня (не рано вранці, а вдень, коли небезпека каменепадів значно збільшується). Ця помилка, в свою чергу, може призвести до травми учасника від удару каменем. Із цього цілком реалістичного прикладу стає очевидним, що помилки у розробці маршруту в передпохідний період *можуть підвищити вірогідність* нещасного випадку на період власне походу.

Слід так само зазначити, що до попередніх чинників ризиків відносяться не тільки помилки учасників і керівника самої туристської групи, але і помилкові дії представників організацій, що випускають похід. Експерти маршрутно-кваліфікаційної комісії, керівники установ освіти зобов'язані дотримуватися вимог нормативних документів з випуску групи на маршрут (Правил проведення туристських спортивних походів, Інструкції з організації і проведення туристських походів і екскурсій з учнями); уважно аналізувати представлені групою документи і усувати виявлені помилки з організації походу. Помилкові дії випускаючих організацій, згідно статистичних даних, є однією з найбільш характерних причин нещасних



=====

випадків в туризмі. Під попередніми чинниками ризику в поході слід розуміти *функції помилкових рішень і дій учасників туристської діяльності на період підготовки і організації туристських заходів*. Усі попередні чинники є не що інше, як більш менш значущі помилки самих учасників туристської діяльності і, очевидно, *відносяться до суб'єктивних чинників ризику*.

Безпосередні чинники ризику (що діють на маршруті походу), на відміну від попередніх чинників, в різному ступені залежать і визначаються суб'єктом туристської діяльності. Базуючись на ролі особи (суб'єкта) у виникненні потенційної небезпеки, всі причини нещасних випадків в туризмі можна поділити на дві категорії:

- ✓ *об'єктивні;*
- ✓ *суб'єктивні.*

Термін «*об'єктивні чинники ризику*» у застосуванні до небезпек туристського походу можна тлумачити як неможливість з боку суб'єкта (туриста) вплинути на зовнішні несприятливі обставини, що виникають довільно, і змінити їх. Дійсно, на маршрутах походів, у тому числі і рекреаційних, є природні перешкоди – лісові масиви і болота різної прохідності, пороги на річках, ділянки пересіченої місцевості, рух якими може з певною вірогідністю призвести до нещасного випадку (наприклад, до травми). Особливо багата на небезпеки гірська місцевість: круті схили гір, їх рельєфні гребені, пересічені мережею тріщин льодовики, каменепади, снігова лавина. Параметри цих перешкод: площа заболоченої ділянки, ступінь топкості (прохідності) болота, крутизна і характер покриву гірських схилів, товщина сніжного покриву на лавинонебезпечних схилах – є об'єктивна реальність, яка існує незалежно від туриста і на яку він жодним чином не може вплинути. Таким чином, саме сезон здійснення походу, кліматичні умови району походу, небезпечні природні явища типу блискавці, урагану; вогнище для приготування їжі, сонячна радіація тощо теж є *об'єктивними джерелами небезпеки* (захворювань, опіків, травм) в похідних умовах. Тоді під «*об'єктивними чинниками ризику*», що діють в



поході або на змаганнях, слід розуміти фактори, які *не залежать від людини; а також несприятливі особливості маршруту (дистанції) і природні умови здійснення походу (змагань).*

Усі об'єктивні чинники ризику на маршруті туристських походів можна поділити, згідно з їх природою, на наступні групи:

- ✓ несприятливі для людини характеристики маршруту походу, зокрема характеристики природних перешкод на маршруті;
- ✓ несприятливі для людини кліматичні і погодні умови походу, зокрема небезпечні природні явища;
- ✓ несприятливі для людини характеристики туристських похідних технологій;
- ✓ несприятливі для людини дії з боку рослин і тварин на маршруті походу.

До *першої групи* об'єктивних чинників ризику відносяться усі потенційно небезпечні для людини характеристики природних перешкод на маршруті. Наприклад, переправи через річки різної глибини і швидкості течії створюють загрозу утоплення; ділянки важкопрохідного лісу із складним орієнтуванням створюють небезпеку втрати курсу руху, отримання травми, поломки засобів пересування тощо. Ділянки сильно пересіченої місцевості створюють загрозу травмонебезпечних падінь. Крім того, до цієї ж групи чинників можна віднести характеристики району походу, що визначають фізичну складність маршруту: характер покриття на протяжних ділянках руху маршрутом, суму перепадів висот на маршруті. Наприклад, глибокий сніговий покрив на значній протяжності маршруту лижного походу створює небезпеку фізичної перевтоми учасників і їх помилкових дій.

До *другої групи* об'єктивних чинників ризику відносяться усі небезпеки, що пов'язані з суворістю клімату в районі походу і поганими погодними умовами. У цьому випадку під потенційними загрозами в поході слід розглядати низькі і високі температури повітря (небезпека простудних захворювань учасників; сонячного удару тощо); понижений вміст ки-



=====
сню в повітрі (у гірських районах); вітер великої швидкості, опади у вигляді снігу або дощу (небезпека переохолодження організму чи зриву при подоланні схилів; підвищення лавинонебезпечності). До цього різновиду чинників ризику також відносяться і небезпечні природні явища: туман, грозу, урагани, смерч. Вони визначають небезпеку ураження туриста блискавкою, втрати курсу руху, отримання травм.

До *третьої групи* об'єктивних чинників ризику в поході відносяться усі небезпеки, пов'язані з використанням похідних технологій і експлуатацією похідного спорядження. Зокрема, потенційно небезпечні технології приготування їжі на вогнищі і на туристських нагрівальних приладах (небезпека опіку від полум'я); технології організації страховки на схилах і переправах (небезпека розриву мотузки, руйнування інших елементів страховки). Небезпеку становлять і технології організації нічлігу у високогір'ї і в зимових умовах (небезпека переохолодження, сходження лавини і каменепадів). При цьому передбачаються виняткові чинники ризику як функції *не залежних від туриста* параметрів і технічних характеристик відповідного спорядження (розривні зусилля мотузки різної якості, конструктивні особливості нагрівальних приладів, граничні навантаження на вбиті скельні гаки). Тому треба усвідомлювати той факт, що всі параметри похідного спорядження залежать від вибору матеріалів і технологій виготовлення (тобто від людини); іншими словами: відносити їх до об'єктивних чинників ризику не зовсім коректно. Проте з погляду туриста-користувача максимально припустиме навантаження на карабін, граничний тиск випарювання бензину в бачку примусу, при якому спрацює запобіжний клапан є об'єктивними характеристиками спорядження, гарантованими фірмою-виробником.

До *четвертої групи* об'єктивних чинників ризику відносяться небезпеки пов'язані з ураженням отруйними комахами, плазунами, рослинами.

Перераховані вище об'єктивні небезпеки є «супротивником», з яким під час подолання маршруту веде боротьбу як туристська група в цілому,



так і кожен турист окремо. Але «супротивник» – це не стільки самі перешкоди, природні явища, скільки ситуація, що створюється ними, у якій власні недоліки можуть проявитися особливо відчутно. Дійсно, перешкоди (особливості рельєфу, клімату) існують незалежно від туриста і не піддаються його впливу. Але ситуацію, що зумовлюється цими перешкодами, турист *повинен передбачати* у всій її різноманітності і повинен *відповідним чином бути готовим* до неї. Наприклад, прояви зміни гірського рельєфу, що зумовлюють небезпеку – це закономірні наслідки постійно діючих геологічних, метеорологічних та інших чинників, які можна передбачати. Так, за зовнішніми ознаками схилів майже безпомилково можна визначити місця постійних каменепадів і сходження снігової лавини. За характером рослинності і іншими ознаками можна визначити ступінь прохідності болота. За ознаками погіршення погоди – вірогідність і терміни настання грози. Несприятливі дії зовнішнього середовища (вітер, дощ, сніг) жодним чином не вплинуть на здоров'я туриста, якщо він добре фізично і психологічно підготовлений та добре екіпірований. І, навпаки, при слабкій теоретичній, техніко-тактичній, фізичній готовності, при невідповідному до умов походу спорядженні небезпека нещасного випадку на маршруті зростає. Таким чином, можна зазначити, що усі перераховані небезпеки маршруту, насправді мають «антропогенну» природу. Вони можуть статися внаслідок неправильних дій самого туриста, але ніяк не незалежно від нього. Тому, серед чинників ризику туристської діяльності, окрім об'єктивних чинників, треба виділяти і суб'єктивні чинники.

Під *суб'єктивними чинниками ризику* в туристських заходах слід розуміти *функції невірних рішень і дій туристів на маршруті або дистанціях змагань*.

Усі безпосередні суб'єктивні чинники ризику в активному туризмі можна поділити, згідно з їх сутністю, на наступні групи:

- ✓ технічні і тактичні помилки туристів;
- ✓ недотримання туристами правил техніки безпеки;



✓ несприятливий емоційний і фізичний стан туристів.

До *першої групи* виділених суб'єктивних чинників ризику слід віднести усі помилки в техніці і тактиці пересування природними перешкодами, організації страховки, орієнтування на місцевості, організації туристського бівуаку. Невірне визначення своєї точки знаходження може зумовити істотне відхилення від лінії маршруту, порушення графіка руху, додаткові фізичні і психічні навантаження на учасників групи. Невірне визначення азимуту руху і помилки при русі обраним азимутом* (особливо в умовах недостатньої видимості) можуть не дозволити групі вийти до ключових пунктів маршруту (пунктам продуктових закидань, пунктам безпечних переправ через водні перешкоди). Помилки під час руху азимутом можуть так само виявитися причиною виходу групи на об'єктивно небезпечні ділянки місцевості (непрохідні болота, круті гірські схили). Прикладами тактичних порушень і помилок в поході є: недотримання заявлених контрольних термінів походу, самовільна зміна нитки маршруту, несвоєчасне подолання об'єктивно небезпечних перешкод, вибір невідповідних прийомів і засобів страховки тощо.

До *другої групи* безпосередніх суб'єктивних чинників ризику слід віднести всі дії і рішення туристів, які кваліфікуються як недотримання встановлених правил техніки безпеки. Наприклад, недотримання техніки безпеки під час бівуачних робіт (завалення сухого дерева в безпосередній близькості від людей і наметів, порушення безпечної техніки коління дров, зняття казана з гарячою їжею з вогню без використання рукавиць тощо) можуть бути причиною травм і поломки цінного спорядження.

До *третьої групи* суб'єктивних чинників відносяться різного роду неадекватні прояви нервово-психічного і фізичного стану туристів. У цьому випадку однаково небезпечними є як негативний (стрес, втома, апатія), так і позитивний (надмірне натхнення, стан афекту) емоційний

* Азимут – це горизонтальний кут, який відлічують за ходом годинникової стрілки від північного напрямку меридіана до заданого напрямку в межах від 0 до 360°



стан. У такі періоди людина втрачає необхідний самоконтроль, не об'єктивно оцінює свої сили і навколишнє оточення.

Перелічені об'єктивні і суб'єктивні чинники ризику – це лише джерела небезпеки. Нещасний випадок у поході – це реалізація несприятливої дії одного чи кількох чинників ризику, що ведуть до несприятливих наслідків різного масштабу (від легкої застуди, до важкої травми або летального кінця). Отже, дії чинників ризику в туристській діяльності слід протиставити дію чинників, що підвищують її безпеку.

У переважній більшості ситуацій нещасні випадки на маршруті походу або на дистанції змагань мають місце внаслідок неправильних рішень і дій самих учасників туристської діяльності. Це може бути спровоковано тим, що або підготовка до походу з підвищеним ризиком здійснювалася із значними упущеннями; або в об'єктивно небезпечній ситуації ухвалювалися невірні рішення. Так, наприклад, статистичний аналіз нещасних випадків в гірському туризмі і альпінізмі СРСР (80-і роки минулого століття) свідчить про наступне: до 60% аварій відбулося внаслідок неправильних техніко-тактичних дій учасників походів і сходжень; до 25% нещасних випадків відбулося внаслідок грубих порушень правил проведення спортивних туристських походів з боку випускаючих організацій або учасників походу, грубих порушень дисципліни і поганого знання маршруту; до 15% нещасних випадків відбулося внаслідок недостатньої теоретичної, фізичної, психологічної, організаційної підготовленості учасників походів і сходжень.

Отже, гарантування безпеки учасників походу, по суті, передбачає ретельну і всебічну підготовку учасників і керівників різного рівня до кожного туристського заходу. Якщо на джерела об'єктивної небезпеки на запланованому маршруті туристи впливати не в змозі, то передбачати впливаючу з них небезпеку, підготуватися до неї і успішно їй протистояти вони зобов'язані.

З представленої моделі виходить, що всебічна підготовленість тури-



=====
стів до проведення туристського заходу є найважливішою умовою гарантування безпеки. Комплексу несприятливих чинників, що визначають психічну напруженість походу протиставляються чинники *відповідної підготовленості*. Напрями такої підготовленості наступні.

- ✓ теоретична підготовка учасників походу;
- ✓ фізична підготовка учасників походу і їх кліматична адаптація;
- ✓ техніко-тактична підготовка учасників походу;
- ✓ психологічна підготовка учасників походу і групи в цілому;
- ✓ організаційне і матеріальне забезпечення походу.

В сумі чинники підготовленості (безпеки) визначають необхідний для успішного проведення туристського заходу рівень психічної підготовленості туристів. Підготовка учасників туристської групи в цілому повинна відповідати напряму їх туристської діяльності і суті конкретних туристських заходів, у яких вони мають намір брати участь. Наприклад, у разі рекреаційних походів (оздоровчих походів вихідного дня, екологічних походів) спеціальної підготовки учасників практично не проводиться. Гідпровідник (керівник групи) працює з тим контингентом туристів, який виявив бажання брати участь в туристському заході і виконав усі попередні (головним чином, фінансові) умови, висунуті турфірмою – організатором подорожі. В цьому випадку можна говорити про усі види підготовленості відносно лише керівника (інструктора) туристського заходу і до функціонерів туристської організації, що проводить похід. Навпаки, відносно спортивних самодіяльних походів, слід говорити про цілеспрямовану підготовку до походу кожного учасника окремо і групи в цілому як про чинник гарантування їх безпеки.



2.3 Матеріальне забезпечення походу. Туристське спорядження

Ночівля в умовах туристського походу принципово може бути організована наступним чином:

- ✓ у наметах;
- ✓ з використанням тимчасових споруд (курені, навіси, захисні екрани, заслони тощо);
- ✓ у снігових печерах або хатинах;
- ✓ іншим чином (з використанням індивідуального укриття, гамаку тощо).

Зрозуміло, що найбільш універсальним засобом облаштування туристського табору є намет. Інші способи організації нічлігу достатньо специфічні і застосовуються лише в певних районах походу і в певних (часто нештатних) ситуаціях. Наприклад, снігова печера – це варіант нічлігу в гірських походах, за наявності достатнього сніжного покриву на схилах. Снігові хатини можна побудувати лише за наявності будівельного матеріалу – «блоків» зі щільного снігу. Такий сніг характерний, наприклад, для тундрових північних районів Російської Федерації в зимовий період. Намети – це мобільні укриття, які дозволяють організувати ночівлю в походах в найрізноманітніших умовах зовнішнього середовища. Без сумніву, організація нічлігу в наметах превалює в туризмі, в порівняно з іншими вищевказаними способами.

Намети, що створені для «активного» туризму повинні мати, принаймні, наступні властивості: *швидкість установки і демонтажу, комфортність, вентиляція, мають бути стійкими до вологи (дощу) та вітру*. Наметів, які мають усі вказані переваги, не існує. Обираючи намет для походу, треба чітко уявляти собі майбутні умови ночівель і, відповідно до цього, зупиняти свій вибір на наметах тієї або іншої якості (з підвищеним волого- або вітрозахистом, підвищеної комфортності тощо).

Існує декілька підходів щодо класифікації туристських наметів. За-



гальновизнаної класифікації наметів за призначенням немає, але умовно за цим показником намети можна поділити на три категорії:

- ✓ намети екстремальної серії (Expedition Extreme) для використання в екстремальних умовах зовнішнього середовища;
- ✓ намети гірської серії (Real Outdoor) для активного туризму в різноманітних, зокрема гірських районах;
- ✓ намети туристської серії (Nature Explorer) для відпочинку на природі, рибальства тощо.

Намети екстремальної серії відрізняються високою надійністю, простотою встановлення і демонтажу, невеликою площею, низькою «посадкою». Ці намети стійки до поривів вітру та снігових навантажень, мають додаткові відтяжки і точки закріплення; уздовж периметру до верхнього намету підшита так звана «спідниця», що лежить на поверхні землі, яку для додаткової вітростійкості намету можна присипати снігом чи каменями. Одночасно комфортність цих наметів достатньо умовна (місце з розрахунку на людину, і корисна площа для розміщення спорядження, особистих речей, приготування їжі – вельми обмежені). Такі намети потрібні швидше для висотного альпінізму, коли в умовах високогір'я умови середовища дійсно можуть бути екстремальними.

Гірські намети створені для альпінізму і активного, зокрема спортивного гірського туризму. При достатніх параметрах вітрозахисту та водостійкості – вони мають підвищений рівень комфортності. Природно, такі намети можуть бути використані як для походів в горах, так і для рівнинних походів.

Туристські намети створені для багатоденних, не складних походів рівнинною місцевістю, де не характерні екстремальні погодні умови. Намети даної серії при достатніх показниках вологостійкості та комфортності мають мінімум вітростійкості, меншу, порівняно з іншими серіями, міцність. Такі намети в горах, в безлісій зоні застосовувати не доцільно. Штормовий вітер їх неминуче зруйнує.



За конструкцією усі намети можна поділити на *одношарові і двошарові намети*. Раніше в туризмі застосовувалися головним чином одношарові намети (брезентові зелені «будиночки»). У таких наметах не вдавалося об'єднати якості вологостійкості, вентиляції та комфортності. Доводилося на додаток до намету носити водонепроникний тент. Сучасні одношарові намети не претендують на використання в багатоденних походах та виготовлені із *мембранних* тканин. Найбільше застосування в туризмі і альпінізмі знаходять двошарові намети, що включають зовнішній непромокальний, вітрозахисний намет (своєрідний тент) і внутрішній намет з легкої, «дихаючої» тканини. Значна частина всіх за призначенням наметів (гірських, рівнинних тощо) є двошаровими. Розрізняються лише їх особливості: тканина, матеріали, що використовуються, форма тощо. Крім того, за конструктивними особливостями розрізняють *каркасні і безкаркасні* намети. *Каркас* наметів (стійкі, дуги) виготовляється із сплавів алюмінію або з склопластику. Дугові намети найбільш вітростійкі, міцні, зручні в збірці і демонтажі.

За *формою* розрізняють намети *двоскатні, півсфери, напівбочки, шатрові* намети. Двоскатні намети найменш стійкі до штормових умов, а півсфери (купольна, обтічна форма) – найбільш стійкі. Шатрові намети – об'ємні, багатомісні застосовують головним чином в лижному туризмі для розміщення всієї групи цілком. Вони мають велику парусність, але при цьому відносно стійкі до тиску вітру за рахунок значної кількості відтяжок і точок закріплення.

Техніка організації нічлігу в наметах включає наступні види робіт:

- ✓ вибір і підготовку місця для установки намету;
- ✓ установку намету;
- ✓ розміщення людей і організацію нічлігу в наметі.

Вибір типу і конструктивних особливостей намету, а так само вибір особистого бівуачного спорядження для сну визначається умовами навколишнього середовища, що превалюють на маршруті, в яких організову-



ються бівуак (характер місцевості, клімат, погодні умови). У горах, в тундрових *безлісних* районах перевага віддається вологонепроникним, вітро-стійким дуговим наметам (півсферам, напівбочкам, юртам) або шатровим наметам з великою кількістю розтяжок. Для додаткового вітрозахисту в таких умовах навколо намету встановлюється вітрозахисна стінка зі сніжної цегли або каменів. Для організації нічлігу в наметах використовується особисте бівуачне спорядження з підвищеною здатністю зберігати тепло.

Для організації туристського наметового табору *в зоні лісу*, на місцевості з рівнинним рельєфом можна не використовувати намети з підвищеною міцністю та вітростійкістю. У цьому випадку істотне значення мають їх показники вологостійкості та комфортності. Для проведення походів в рівнинних лісових районах можна використовувати намети як гірської, так і туристської серії (намети екстремальної серії використовувати недоцільно). Форма намету великого значення не має, проте за конструкцією слід краще обрати двошаровий, вологостійкий і при цьому добре вентильований намет. Для лижних походів в зоні лісу перевагу віддають шатровому намету, де є можливість розміщення всієї групи одночасно і організації нічлігу з використанням розбірної туристської печі. У теплу пору року на такому бівуаку можна використовувати спальні мішки більш легкі, розраховані на плюсові температури навколишнього середовища. У лижних походах з використанням туристських печей для обігріву шатрових наметів вимоги до теплозахисних якостей спальних мішків так само не такі «жорсткі» як у разі походів безлісими територіями.

Наступний важливий елемент туристського спорядження – це рюкзак. Рюкзаки бувають м'які, каркасні, станкові.

М'який рюкзак. Так називають рюкзаки, які не мають жодних твердих елементів каркаса. За обсягом це можуть бути як дуже великі, так і зовсім маленькі рюкзаки. Основні плюси такої конструкції – мінімальна вага, можливість компактно згорнути порожній мішок і забрати, наприклад, у байдарку або каяк. Для додаткової твердості такий рюкзак треба



правильно укласти. Один із варіантів – усередину укладають пенополіетиленовий килимок або твердий лист уздовж спини, або звертають довгий килимок по всій окружності рюкзака. В останньому випадку втрачається в середньому 11 літрів корисного обсягу.

Каркасні рюкзаки. На сьогоднішній день це найпоширеніший тип рюкзаків для туризму. Більшість сучасних моделей мають алюмінієвий каркас, що надає спині рюкзака вертикальну твердість. Рідше зустрічається варіант із пластиковою вставкою «анатомічної» форми у всю спину рюкзака. Каркасні рюкзаки відрізняються від станкових тим, що несуча конструкція повністю або частково інтегрована в мішок.

Станковий рюкзак – це рюкзак головною характеристикою якого є наявність спеціального каркасу – «станку», що становить собою зовнішню раму, на якій закріплена підвісна система (лямки й пояс), і до якої прикріплений один мішок і передбачена можливість кріплення найрізноманітніших вантажів. Можна сказати, що станковий рюкзак – це рама з лямками, а все інше можна навісити на цю основу за своїм смаком.

В останні роки станкові рюкзаки повертають собі втрачену популярність. Основна сфера їх застосування – піші походи. Особливо цінні станки у випадку, коли треба перенести особливо важкий і негабаритний вантаж, наприклад, при закиданні альпіністських або спелеологічних експедицій.

Важливе місце в характеристиці рюкзаків посідає якість матеріалів, що використовуються при їх виготовленні. Від міцності *тканини* багато в чому залежить довговічність рюкзака, хоча важливе значення мають також шви й конструкційні особливості.

Більшість рюкзаків шиються із синтетичних тканин. Ці тканини мають водонепроникний шар (спеціально просочена тканина), але це не завжди можна вважати однозначним плюсом. По-перше, через шви рюкзак однаково рано або пізно промокне, по-друге, сохнути він буде дуже довго; по-третє, просочення тканини не занадто довговічне. Тому дотепер зустрічаються рюкзаки, які пошиті із простого технічного капрону, що



використовувався 10-20 років тому. Тканина без просочення швидко промокає, але зате й дуже швидко сохне.

Для того, щоб рюкзак не промокав знизу (наприклад, щоб його можна було поставити на мокру траву або на сніг), дно роблять із щільної абсолютно непромокальної тканини – таких саме типів як ті, що йдуть на виготовлення байдарок і катамаранів.

Ще один важливий момент – так званий «гарячий крій». Це означає, що краї всіх деталей рюкзака, виконаних із синтетичних тканин, повинні бути обов'язково оплавлені. Інакше рано чи пізно під навантаженням тканина буде обтріпуватися. Якщо рюкзак виготовлений не із синтетичної тканини, то краї повинні бути обшиті або оброблені оверлком.

Рюкзаки шиють міцними синтетичними *нитками*. При цьому міцність нитки повинна відповідати міцності тканини, інакше шов під навантаженням може прорізати тканину.

Дуже важливим елементом будь-якого рюкзака є *стропи*, з яких виготовлені лямки, поясник, бічні стяжки й всі інші елементи регулювання об'єму. Де-факто стандартом є капронові стропи різної щільності й ширини. Стропи бувають м'які й тверді. Для пряжок краще м'яка стропа, а тверда йде на всілякі ручки й петлі. Щільність – важлива характеристика, що має пряме відношення до довговічності. Стропи несуть в собі й функцію дизайну.

Фурнітура – це пряжки, блискавки тощо. Вони повинні бути міцними й зручними. У зимових подорожах працювати із пряжками доводиться в рукавицях, і це висуває чіткі вимоги до ергономічності фурнітури – турист повинен мати можливість залізти в рюкзак, не знімаючи рукавиць.

Донедавна вважалося, що найміцніша фурнітура – металева, але згодом виявилось, що гарна пластикова пряжка здатна витримати не менші навантаження, а вага при цьому помітно знижується. Але при дуже сильних морозах пластикові пряжки стають тендітними й вимагають великої делікатності у використанні.

Конструкція. Форма основної ємності рюкзака визначається його



призначенням і законами фізики. Чим вище центр ваги рюкзака й чим ближче він розташований до спини людини, тим легше нести вантаж. З іншого боку, рюкзак не повинен бути набагато ширше плечей, оскільки буде чіплятися за все в лісі, не в будь-які двері можна пройти. Тому сучасні рюкзаки переважно високі й вузькі.

Об'єм рюкзаків вимірюють у літрах. Вимірюють ці літри по-різному. Найпростіший спосіб – перемножити висоту, ширину й довжину. Однак, це дає вірний результат тільки при прямокутній формі мішка. Звичайно рюкзаки злегка розширюються догори. Це, з одного боку, полегшує укладання речей, з іншого боку – вміст немов би пресується при перенесенні. Крім того, у такий спосіб підвищується центр ваги. Але іноді можна побачити зворотну картину – рюкзаки, що розширюються донизу. Пояснення просте: бувають випадки, коли високий центр ваги небезпечний, – наприклад, при спусках на лижах. Але носити велику вагу в таких рюкзаках набагато важче.

Підвісною системою називають спосіб кріплення рюкзака до тіла – тобто лямки й поясник (поясний ремінь), їхнє взаємне розташування, можливість регулювання. Лямки повинні відповідати основній вимозі – бути зручними. Саме в конструкції лямок закладено 80% зручності носіння рюкзака. Поясний ремінь дозволяє перенести частину навантаження із плечей на стегна. Це виправдано анатомією людини. Але важливо, щоб пояс сидів саме на стегнах. Поясники бувають такими, що пришиті і що знімаються. Другий варіант більш привабливий та зручний. Важливо, якими швами і як зшитий рюкзак. Існує багато типів швів, вони відрізняються міцністю й трудомісткістю у виготовленні.

Клапан зверху рюкзака – неодмінний атрибут будь-яких моделей об'ємом понад 40 літрів (крім специфічних рюкзаків типа упакувань для байдарок). Він не тільки закриває верх мішка від дощу або снігу, але також є додатковою ємністю, куди можна покласти речі першої необхідності, щоб вони увесь час були під рукою.



Стяжки потрібні для регулювання об'єму рюкзака. В ідеалі стяжки повинні утворювати замкнутий ремінний «каркас» навколо рюкзака, і все навантаження повинно припадати саме на ремені.

Інший, трохи застарілий, тип бічних стяжок – це шнурівка. Вона менш зручна. Єдиний її плюс – це деяке зниження ваги, але воно незначне, особливо при використанні пластикових пряжок. Наявність кишень забезпечує зручність для зберігання дрібних предметів.

Раніше вважалося, що зовні мішка нічого бовтатися не повинно. В принципі, це вірно, але все-таки бувають випадки, коли рюкзак фізично не здатний вмістити всі предмети, та й не всім речам на маршруті місце всередині – мотузку, льодовий інструмент зручніше носити зовні.

Залежності від області застосування рюкзаки бувають

- ✓ експедиційні,
- ✓ штурмові,
- ✓ міські,
- ✓ спеціальні.

Експедиційні рюкзаки. Так прийнято називати рюкзаки об'ємом понад 80 літрів, призначені для тривалих подорожей і найжорсткішого використання. Практично все, що було сказано про конструкції рюкзака, має своє втілення в експедиційних моделях. До експедиційних рюкзаків можна віднести майже всі станкові рюкзаки, оскільки практично усі рюкзаки цього типу – каркасні. Маса середнього каркасного експедиційного рюкзака – близько 2 кг.

Штурмові рюкзаки. Об'єм штурмового рюкзака – від 30 до 80 літрів. Не обов'язково йти з ним на штурм засніжених вершин – під цю категорію попадають і рюкзаки для дво- триденних виїздів за місто. Сучасний штурмовий рюкзак – це немов би зменшена копія експедиційного. Він легше експедиційного, його вага – менше 1,5 кг.

Міські рюкзаки. Мода на спортивний стиль одягу забезпечує не аби-яку популярність рюкзакам для повсякденного використання, так званим



міським рюкзакам. Крім того, це просто зручно. Об'єм міського рюкзака коливається в межах від 10 до 30 літрів.

Спеціальні рюкзаки. Для змагань важлива мінімальна вага спорядження, тому все спрямовано на її зниження, що знайшло відображення у спеціальних рюкзаках, які, в свою чергу, поділяють залежно від сфери використання.

Рюкзаки для гірськолижного спорту. Для екстремальних спусків з гірських вершин, фрірайду, позатрасового катання шиють спеціальні рюкзаки. Вони мають багато спільного з моделями для змагань, але вага вже не відіграє такої вирішальної ролі. Основна відмінність – кріплення для перенесення лиж або сноуборда.

Баул – це великий міцний мішок з лямками й численними ручками. Баул – атрибут альпіністської експедиції. Баули першого типу використовуються при транспортуванні експедиційного вантажу, наприклад у поїзді, літаку або на в'ючних тваринах. Баули другого типу – для стінних альпіністських сходжень. Вони шиються з дуже міцної, непромокальної, зносостійкої тканини.

Драйбег – у перекладі на українську – це непромокальний рюкзак. Такий рюкзак застосовують у водному туризмі при сплаві на рафтах або катамаранах, – засобах сплаву, що дозволяють розміщувати об'ємний вантаж. Фактично, це велика гермоупаковка з лямками.

Велорюкзаки бувають двох видів – заплічні для коротких поїздок і малих вантажів, і рюкзаки-«штани» для перевезення на багажнику велосипеда. Велосипедні рюкзаки повинні бути міцними, бажано непромокальними, з можливістю кріплення додаткового вантажу зовні. На них обов'язково мають бути розташовані світловідбивальні елементи.

Наступним важливим елементом туристського спорядження є спальні мішки. При виборі спального мішку, *перше*, що треба враховувати, це мінімально можлива температура повітря в районі подорожі. На кожному спальнику або на його чохлах (якщо він не літній) зазначений темпе-



ратурний режим, при якому його можна використати. Існує чотири значення температур. Крайнє ліве й крайнє праве значення називають температурою екстриму. Тобто, якщо мінімально можлива температура повітря в районі подорожі відповідає одному з них, то буде або дуже пекуче, або дуже холодно, в обох випадках про настільки бажаний для мандрівника комфорт мова не йде. Всередині цього діапазону знаходяться ще два температурних значення, а зона між ними – це і є зона комфорту. Якщо температура повітря лежить у межах цього діапазону, то, перебуваючи в спальнику, туристи будуть почувати себе комфортно навіть без термобілизни. Саме цим діапазоном і треба керуватися, обираючи спальний мішок.

Друге, на що треба звернути увагу, – це форма спальника. Для поїздки на пікнік або на дачу цілком підійде спальник-ковдра, тоді як у серйозному поході не обійтися без більш теплого спальника-кокона .

Третє – це типи наповнювачів, що використовують у виробництві спальних мішків. Вони бувають двох типів: натуральні й синтетичні. В якості натурального наповнювача використовують гусячий або качиний пух. Такі спальники відрізняються невеликою вагою й дуже добре тримають тепло, що дозволяє використовувати їх у холодну зимову погоду. Останнім часом великого поширення набули спальники із синтетичними наповнювачами. Причина їхньої популярності у низці переваг, які вони мають. Крім того, що такі мішки за своїми теплоізоляційними властивостями не поступаються пуховим, вони не чутливі до вологості, швидко висихають при намоканні й зберігають здатність утримувати тепло навіть у вологому стані. Нарешті, вони не мають запаху, що властивий пуху.

Специфіка кожного виду походу вимагає від його учасників підготовки окремого спорядження та інвентарю.



2.4 Організація харчування в туристському поході

Харчування повинне покривати витрату енергії туристів під час подорожі. Переважно, такі витрати в умовах навіть нескладного маршруту становлять щодня на кожну людину 3 000 – 4 000 ккал (табл. 2.1). Продукти повинні бути правильно підібрані, включати оптимальну кількість жирів, білків, вуглеводів, насичені вітамінами й мінеральними солями й, крім того, мати мінімальну вагу, гарну транспортабельність, тривалий строк збереження. Істотна особливість похідних продуктів – легкість і швидкість готування різних блюд.

У похідних умовах режим харчування визначається конкретними особливостями маршруту, залежить від температури повітря, наявності палива й укриттів від негоди, а також від тривалості світлового дня тощо.

У нескладній подорожі розпорядок дня зазвичай передбачає триразове гаряче харчування. У цьому випадку на обід виділяють 40 % денного раціону, на сніданок – 35 %, на вечерю – 25 %. При дворазовому гарячому харчуванні, наприклад на гірських маршрутах, на сніданок рекомендується планувати 40 % добової норми калорій, на вечерю – до 35 %, решта 25 % виділяють на харчування під час великого й малого привалів (табл. 2.2). На зимових маршрутах також доцільно робити щільний сніданок і вечерю, а обід перетворювати в легкий «перекус», бажано з гарячим чаєм.

У будь-якому випадку не можна допускати тривалі перерви між прийомами їжі. Для цього на другому-третьому малому привалі після виходу з нічлігу або обіднього привалу корисно з'їсти бутерброд, два шматки цукру й запити їх ковтком води. З появою втоми або голоду можна на ходу з'їсти кислу цукерку, глюкозу, чорнослив.

Варіанти раціонів харчування. Якщо подорож проходить населеною місцевістю, то із собою доцільно брати менше продуктів, чим заплановано на весь маршрут. На шляху можна, зокрема, закупити хліб, цукор, крупи, сухарі, сіль тощо. Однак на випадок тимчасової відсутності в одному з



населених пунктів певного продукту необхідно мати із собою певний резерв. Під час подорожі запас продуктів поповнюється також за рахунок свіжих овочів, фруктів, молока, сиру, яєць тощо.

Таблиця 2.1 – Потреба в енергії людини на добу залежно від виду туризму

Вид туризму	Категорія складності маршруту					
	I	II	III	IV	V	VI
Пішохідний	3100	3400	3700	4100	4500	5000
Лижний	3720	4080	4440	4920	5400	6000
Гірський	4030	4420	4810	5330	5850	6500
Водний (на гребних судах)	2480	2720	2960	3690	4050	4500
Велосипедний	3720	4080	4440	4920	5400	6000
Кінний	3100	3400	3700	4100	4500	5000
Спелео	4030	4420	4810	5330	5850	6500

Таблиця 2.2 – Розподіл добового раціону харчування залежно від виду туризму і категорії складності.

Категорія складності	Вид туризму	Калорійність харчування %				
		Гаряче харчування			Сухий па-йок	
		сніданок	обід	вечеря	малий привал	великий привал
НК	Пішохідний, гірський, водний, велосипедний	35	40	25		
I – II	Пішохідний, гірський, водний, велосипедний	30	35	25	10	
III	Пішохідний, гірський, водний, велосипедний	30	30	30	10	
IV – VI	Пішохідний, гірський, водний	30	20	30	10	10
	<i>Пішохідний, водний</i>	35	25	25	15	
	<i>Пішохідний, водний</i>	50		40	10	
	Гірський, лижний	35		30	10	25
	Лижний	30		25	10	35



У водній подорожі. Якщо в маршрут не включені довгі піші підходи, вага продуктів може бути більшою. Це дозволяє включити до раціону харчування борошно, рослинне масло, рибні й овочеві консерви, картопляне борошно, дріжджі, томатний й інший соуси, різні приправи.

У гірській подорожі. Вага рюкзака іноді відіграє вирішальну роль, тому набір продуктів строго лімітується. У цьому випадку м'ясо рекомендується брати в сублімованому (зневодненому) вигляді, скорочувати кількість сухарів, масла й круп, а відсутню калорійність раціону заповнювати додатковими порціями сухих вершків. З інших продуктів у гірському поході добре себе зарекомендували вобла, чорнослив, курага, ізюм, глюкоза, халва.

У лижній подорожі. Так само як й у гірському туризмі, зменшення ваги продуктів і збільшення їхньої калорійності досягається введенням у раціон більшої, ніж влітку, кількості жирів (масло, шпиг, сухі вершки). Для вітамінізації їжі додатково вводять у раціон часник, цибулю, чорнослив тощо. Брати сир у зимовій подорожі не рекомендується – він замерзає й стає несмачним.

При розрахунку раціону харчування варто виходити з того, що найбільш сприятливе вагове співвідношення білків, жирів і вуглеводів – це 1:1:4.

Водно-сольовий режим. Витрата води в організмі туриста звичайно досить значна і при великих фізичних навантаженнях, високій температурі й сухості навколишнього повітря досягає 3 – 5 л на добу. Правильно покривати цю витрату допомагає строге дотримання водно-сольового режиму.

Приймати рідину під час походу рекомендується головним чином під час сніданку, обіду й вечері: тільки в ці моменти туристам можна пити до повного втамування спраги. На коротких привалах у спекотні години доби дозволяється прополіскувати рот і горло водою. Під час руху пити не можна.

Напої. Раціонально підібрані й правильно приготовані напої мають велику перевагу перед простою питною водою: вони краще втамовують спрагу й зменшують потребу в рідині. У горах, а також узимку доводиться



користуватися водою гірських рік, поталим льодом і снігом. У такій воді майже немає мінеральних солей, що призводить до сольового дефіциту й різко порушує водно-сольовий обмін. Для мінералізації води до неї в таких випадках додають гліцерофосфат – спеціальний сольовий препарат, що містить солі натрію, фосфору, магнію, кальцію. На флягу треба 2-3 чайні ложки цього препарату, а також небагато цукру або 2-3 таблетки глюкози з аскорбіновою кислотою. Втамовує спрагу чай – чорний, і особливо зелений, котрий який слиновиділення й усуває сухість у роті.

Розфасовка продуктів. Перед виходом на маршрут продукти потрібно розкласти й упакувати на кожен день або, ще краще, на кожен прийом їжі. Це вимагає складання перед подорожжю чіткого меню на всі дні походу й дотримання графіка руху. Кожен пакет із продуктами загортається у вологонепроникну обгортку або в поліетиленовий пакет, на якому ставлять дату й час запланованого використання. Така «контейнеризація» дозволяє звести до мінімуму пошуки на маршруті потрібного продукту й визначення необхідних його кількостей для варіння. Однак деякі продукти («аварійний запас») треба зберігати окремо, розподіливши їх про всякий випадок по декількох рюкзаках.

2.5 Особливості проходження туристських маршрутів

2.5.1 Організація туристського табору

Організація туристського бівуаку в різноманітних умовах навколишнього середовища – одна з головних складових життєзабезпечення туристів на маршруті походу. *Бівуак – табір, розташування для нічлігу або відпочинку поза населеним пунктом (у польових умовах).* Техніка туристського бівуаку – це складний комплекс прийомів і засобів, що використовують для організації туристського табору, таких, що забезпечують необхідний рівень відновлення і відпочинку туристів після навантажень ходо-



вого дня. Чим краще організований бівуак у певних конкретних умовах середовища, тим більш якісний відпочинок туристів після ходового дня. Навпаки, зневага до ретельної організації бівуаків на маршруті призводить до розвитку фізичного і психічного стомлення учасників походу, значно знижує рівень безпеки походу.

За своїм призначенням польові табори туристів поділяють на наступні типи:

- ✓ довготривалий (базовий) табір;
- ✓ короткочасний бівуак для туристської групи;
- ✓ аварійний (зокрема індивідуальний) бівуак.

Довготривалий табір – це звичайний атрибут багатоденних туристських змагань. Бівуак покликаний забезпечити якісний відпочинок спортсменів, що долають дистанції змагань. При цьому туристи не змінюють свого місцеположення (місця нічлігу). Створення базового табору характерне так само для висотного альпінізму, коли спортсмени час від часу спускаються в такий табір (поставлений на «комфортнішій» висоті) для відновлення сил.

Короткочасний бівуак для туристської групи – це тип польового табору, який розбивається туристами після денного переходу на одну ніч (дві – у разі передбаченого на маршруті денного відпочинку) з метою відпочинку після ходового дня. Саме він характерний для туристських походів.

Аварійний (зокрема індивідуальний) бівуак – швидше виключення, що диктується певними несприятливими обставинами в поході. Його призначення – організація прийнятних, не обов'язково комфортних, умов для нічлігу і відпочинку (зокрема для виживання в несприятливих умовах середовища, без спеціальних технічних засобів).

Особливості техніки бівуачних робіт і особливості організації бівуака визначаються, перш за все, наступними чинниками:

- ✓ типом табору;
- ✓ характером району походу (місцевість з гірським рельєфом або



рівнинна місцевість, ліс тощо);

- ✓ сезоном походу і кліматичними особливостями району походу.

Незалежно від типу бівуаку, обране місце для його організації повинне обов'язково задовольняти наступним двом умовам: *по-перше, воно повинне бути безпечним; по-друге, на місці бівуаку повинна бути вода (питна, або придатна для вживання після кип'ятіння)*. Решта умов (захист від вітру, наявність якісного палива для вогнища, мальовничість певного місця, наявність умов для купання, проведення розважально-оздоровчих заходів тощо) природно вельми важлива. Саме вони визначають рівень комфорту і повноцінність відпочинку туристів. Бажано, щоб як в рекреаційних, так і в спортивних походах обране для бівуаку місце не тільки задовольняло умовам безпеки, а і було при цьому естетично привабливим, що, в свою чергу, сприяє повноцінній рекреації учасників. На вибір місця для організації бівуаку впливають і певні *тактичні рішення*: місце має бути зручним для здійснення радіальних виходів до цільових рекреаційних або спортивних об'єктів; місце бівуаку має розташовуватися неподалік від головних перешкод, щоб забезпечити можливість подолання найбільшої їх кількості в оптимальний час доби (наприклад, рано вранці, коли менше камененебезпеки в горах).

2.5.2 Режим і розпорядок похідного дня. Особливості руху туристської групи

Режим похідного дня. повинен забезпечувати необхідну ритмічність у зміні навантажень і відпочинку. Режим переходів зазвичай складається з 40 – 50 хвилин руху і 5 – 10 хвилин відпочинку на малих привалах.

Хоча режим руху істотно залежить від району подорожі, сезону і інших чинників, на першу половину дня зазвичай припадає до двох третин денного переходу, на що витрачається від 3 до 5 ходових годин. Рекомендується раніше виходити на маршрут і раніше зупинятися на нічліг.



У середині дня туристам необхідні тривалий відпочинок і гарячий обід. У холодну або дощову погоду обідній привал можна замінити коротким перекусом, але з гарячим чаєм з термоса.

Приклад розпорядку дня

7.00 – 8.00 – прокидання, зарядка, умивання, купання, прибирання місця ночівлі.

8.00 – 8.30 – сніданок, підготовка до переходу.

8.30 – 12.30 – перехід по маршруту.

12.30 – 16.00 – великий привал (обід, відпочинок).

16.00 – 18.00 – перехід по маршруту.

18.00 – 20.00 – підготовка до нічлігу, вечеря.

20.00 – 23.00 – вільний час.

23.00 – 7.00 – сон.

Темп руху. Темп руху пішої групи визначається зазвичай умовами місцевості і погоди, і дозволяє проходити 3,5 – 4,5 км на годину. У групі початківців керівник походу повинен задавати темп виходячи з правила: рівняння по темпу слабшого. Якщо група неоднорідна за своїм складом (що в принципі небажано), треба намагатися зрівняти сили туристів різним завантаженням рюкзаків, а також періодичним посиленням більш підготовлених учасників вперед для орієнтування, розвідки або вибору місця привалу.

Ритмічність руху – один з головних засобів збереження сил туристів і підвищення їх працездатності. На якісній дорозі ритмічність виражається у постійній швидкості, а в умовах пересіченої місцевості – у постійній кількості кроків за однакові відрізки часу. Для збереження ритмічності роботи організму на легких спусках крок туриста подовжується, на важких ділянках і сходженнях – скорочується. При цьому звичайна швидкість руху пішоходів на спусках збільшуватиметься до 5 – 6 км на годину або зменшуватиметься на сходженнях до 1,5 – 2 км на годину. Змінювати ритм потрібно плавно, поступово набираючи швидкість на початку руху і зменшуючи її за 3 – 5 хвилин до кінця. При непередбачених раптових зу-



пинках корисно одну-дві хвилини «потоптатися» на місці в сталому темпі, щоб поступово зняти навантаження з серця і дихальних органів.

Порядок руху групи. Туристи рухаються колонною по одній людині. Попереду йде направляючий, який обирає шлях і стежить за своєчасними зупинками на привали. Замикає групу також досвідчений турист. Його обов'язок – допомагати тим, хто відстає і нікого не залишати за собою. При відставанні будь-кого він встановленим сигналом (криком, свистом) дає знати направляючому про необхідність позапланової зупинки або зниження швидкості. Решта учасників групи на простих ділянках маршруту може обирати своє місце в колоні вільно.

На складних відрізках шляху слабких учасників рекомендується ставити відразу за направляючим або через одного з сильнішими туристами, щоб останні могли надати необхідну допомогу. При русі маршрутом не допускається, щоб туристи знаходилися за межами зорового або голосового зв'язку.

Місце керівника в похідній групі. Повинно забезпечувати зручність керування групою і безпеку її руху. Керівникові можна рекомендувати йти відразу за направляючим, час від часу допомагаючи йому знаходити дорогу і підказуючи правильні рішення.

На складних і небезпечних ділянках (переправа, болото, осип) керівник сам перевіряє їх прохідність і не йде вперед, страхуючи туристів, доки вся група не вийде на легку ділянку. Так само він повинен чинити при купанні туристів в незнайомому водоймищі, при посадці на транспорт тощо.

Лінія руху. Вибір лінії руху в пішій подорожі визначається рельєфом, рослинністю і наявністю стежок. Відкриті простори лугів, необроблених полів, а також невеликі переліски, чисті сосняки і інші легкопрохідні ділянки слід проходити по азимуту. Густі ліси з підліском, пересічений рельєф, хащі чагарнику краще перетинати стежками, навіть у випадку незначного відхилення від потрібного напрямку.

Якщо маршрут проходить тайгою або лісом, де немає стежок, то для



руху слід обирати шлях уздовж річок. Особливо це необхідно в болотяній місцевості, де найбільш сухі ґрунти йдуть вузькою смугою уздовж водотоків. У залісненому середньогір'ї лінія руху зазвичай обирається по пологих гребенях: там краще орієнтуватися, важче заблукати і, головне, йти легше, ніж вниз, в похмурих ущелинах. Виходячи на відкриті ділянки трав'янистих схилів, гірських луґів, осипів, слід віддавати перевагу для руху випуклим формам рельєфу. Вони безпечніші в сенсі каменепадів, обвалів і дають найбільш мальовничий краєвид навколишньої місцевості.

Подолання крутих схилів. Для успішного просування по крутих схилах важливо мати взуття на рифлений, нековзкій підшві, а також оволодіти деякими прийомами ходіння.

При сходженнях черевик рекомендується ставити на всю підшву, а не на носок. Разом з тим, треба намагатися зберігати горизонтальне положення ступні, використовуючи кожен міцно лежачий камінь, незначну випуклість схилу, на яких наступають каблуком черевика.

Чим крутіше схил, тим більше треба розводити носки ніг. При зтяжному підйомі рекомендується підніматися «серпентином»: поперемінно то лівим, то правим боком до схилу.

Під час руху трав'янистим схилом ступню розташованої вище ноги треба ставити на всю підшву упоперек схилу, а ступню іншої – розгорнути носком на деякий кут вниз.

Спуск із легким рюкзаком стежкою без особливих перешкод підготовленим туристам можна робити бігом. При цьому ноги, майже не згинаючи, далеко викидають вперед, а корпус відкидають дещо назад. На крутіших ділянках спускаються на напівзігнутих ногах.

Лісові чагарники, завали. По лісових чагарниках, густому чагарнику або високому жорсткому травостою рухаються компактною групою з інтервалом, що гарантує безпеку. Кожен повинен уважно стежити за тим, хто йде попереду і повторювати його рухи. Треба притримувати приведені в рух гілки, щоб вони не вдарили того, хто йде позаду.



Для захисту від сучків і гілок вдягають одяг з довгими рукавами (бажаний повний штормовий костюм). Одну руку виставляють вперед для захисту від гілок обличчя і очей.

При подоланні лісових завалів чи окремих дерев, що впали і перегороджують стежку, слід не перестрибувати, а обережно переступати, перелазити через перешкоди. Треба пам'ятати, що стволи дерев, які підгнили, нестійкі і часто покриті дуже слизькою гнилою корою.

На рюкзаку і на одязі не рекомендується мати різні предмети, що можуть чіплятися за гілки (підвішені до рюкзака цеберка або казан, сокира тощо). Навіть звичайна лижна вовняна шапочка з помпоном може чіплятися за рослини і затримуватиме рух туриста.

Заболочені ділянки. Заболочені ділянки на маршруті зазвичай долають по замощених стежках – гатях. Якщо їх немає, то на безпечному болоті (необхідна попередня консультація у місцевих жителів) туристи рухаються, переступаючи або перестрибуючи з купини на купину. У кожного в руках повинна бути жердина, яка служить опорою, зондом для вимірювання глибини і засобом самостраховки при падінні. При такому русі інтервал між людьми збільшують до 5 – 8 м. Щоб зменшити тиск ступні туриста на болотяний ґрунт, можна застосовувати ступаючі плетені «лижі» або просто підв'язувати до взуття шматки фанери, що легко знімаються.

Переправа по кладах. Водні перешкоди в нескладних піших подорожах переважно долаються по готових мостах і кладах. Якщо останні не мають поручнів і нестійкі, то першим їх переходить досвідчений турист. Він випробує переправу і організує страховку інших членів групи за допомогою жердини або руки. Для кращого збереження рівноваги під час переходу кожному туристу слід мати довгу палицю.

Найважче утриматися на колоді, якщо вона гойдається в горизонтальній площині. Кількома пружинячими присіданнями ці коливання зазвичай можна загасити або перевести у вертикальну площину, що зменшить незручності для туристів. Іноді поряд з кладами на висоті плеча натягу-



ють поручні з мотузки.

Переправа убрід. Переправа убрід без мотузки. Переправи убрід на річках з порівняно спокійною течією можуть бути різними: поодинці з жердиною, якою спираються назустріч течії; удвох, вставши обличчям один до одного і поклавши витягнуті руки на плечі товариша; групою в 3 – 4 людини («таджицький спосіб»), вставши стінкою так, щоб найбільш сильні і рослі туристи були з країв, або в колі, обійнявши один одного за плечі.

У будь-якому випадку місце переправи обирають після попередньої розвідки на можливо ширшій, а отже, і спокійнішій ділянці річки. Якщо з води стирчать крупні камені, потрібно йти трохи нижче за них за течією, де ударна сила потоку ослаблена.

Переходити річку з кам'янистим дном або дном, характер якого невідомий, треба з взутими ногами, знявши той одяг, який може збільшити тиск води. Кожен крок слід робити обережно, обмацуючи дно ногою.

Переправа убрід за допомогою мотузок здійснюється на бурхливих річках. Першим водний потік переходить найбільш фізично міцний і досвідчений турист. Його завдання – перенести на протилежний берег кінець основної мотузки, який прикріплюється до нього вузлом «булінь». Щоб турист міг вільно плисти, якщо потік зіб'є його з ніг, «булінь» зав'язується не на грудях, а на спині.

Крім того, до туриста карабіном пристібається допоміжна мотузка, інший кінець якої двоє туристів, які страхують тримають в руках, стоячи на березі нижче за течією. Видача мотузки услід тому, хто переправляється повинна проводитися обережно, щоб не заважати його руху і щоб мотузки не полоскалися по воді. Перенесений кінець надійно кріпиться на березі до дерева, скель або до штучних опор. Потім за допомогою допоміжної мотузки із схоплюючими вузлами основна мотузка туго натягається над поверхнею води.

Прикріпившись до таких поручнів за допомогою грудного обв'язування і карабіна (відстань від грудей до основної мотузки повинна



бути коротшою за довжину рук), туристи по черзі переходять річку. Рухатися доводиться боком, перебираючи руками мотузку, обличчям назустріч течії. Тіло для кращого опору натиску води слід відкинути назад. У разі зриву туриста витягають на берег за допомогою допоміжних мотузок (вперед або назад). Оскільки така переправа зазвичай триває довго, на березі рекомендується розпалити вогнище для обігріву та просушування речей.

Переправа вплав можлива на спокійній річці і для тих, хто вміє добре триматися на воді. Зручним місцем для неї служать глибокі ділянки з пологим падінням русла. Заздалегідь розраховуючи на знос вниз по річці, туристи плывуть під кутом до течії. Не слід намагатися перетнути перешкоду найкоротшою прямою. Речі рекомендується скласти на легкий пліт і штовхати його по воді перед собою.

В деяких випадках перший турист переправляється уплав зі страховочною мотузкою. Потім вона використовується для перетягання плоту і допомоги іншим учасникам групи, які можуть страхуватися, тримаючись на воді за будь-який предмет, що не тонить, – колоду, дошку, в'язку хворосту або надійно упакований в непромокальний матеріал і щільно перев'язаний рюкзак.

Лижна подорож. Особливості режиму, темпу, порядку руху

Режим дня у лижній подорожі залежить від тривалості світлового дня, морозів і необхідності витратити більше (чим на піших маршрутах) часу на розбиття табору і збори. У грудні – січні, а також в інший час при низьких температурах доводиться відхилятися від звичайного режиму і виходити на маршрут не раніше 9 – 10 годин ранку, а також скорочувати малі привали.

Темп. Під час руху готовою лижнею загальний темп визначається за швидкістю найбільш «тихохідного» лижника. Слід уникати різких ривків: періодичне перегрівання і охолодження на морозі небезпечно для здоров'я, а на маршруті далеко не завжди є умови, щоб змінити і висушити



промоклий від поту одяг. При русі сніжною цілиною темп групи визначається швидкістю прокладення лижні.

Порядок руху. При прокладці лижні можливі кілька варіантів організації руху. Найбільш поширені – з періодичною зміною направляючого, яка відбувається при значній товщині сніжного покриву через кожні 1 – 2 хвилини. У великій групі доцільно виділити спеціальну команду з найбільш сильних туристів для прокладання лижні. Можна, розбивши групу навпіл, організувати почерговий рух підгруп; поки одна підгрупа відпочиває на малому привалі, інша прокладає лижню. Потім туристи, які відпочили, обганяють товаришів, а ті зупиняються на відпочинок.

Порядок руху на лижному спуску повинен гарантувати безпеку групи і разом з тим враховувати технічні можливості кожного лижника. Перед спуском керівник визначає шлях, черговість спуску туристів і намічає пункт збору під схилом.

Якщо схил великий і закритий, то спускатися треба поетапно з проміжними зупинками. Щоб уникнути падіння і для прискорення руху на безпечному схилі можна вести спуск на кількох паралельних лижнях. При проходженні схилів, де немає повної гарантії їх лавинної безпеки, необхідно поставити спостерігача.

Лінія руху в зимових подорожах відрізняється більшою прямизною, ніж у піших або водних. У багатьох випадках можна прокладати шлях напростець через замерзлі болота і водоймища. Проте будувати складний похід тільки по азимуту не слід. Краще скористатися будь-якою попутною лижнею або зручною для пересування санною дорогою. За відсутності лижні або дороги можна рухатися просіками, рідколіссям, руслами річок. Треба завжди пам'ятати, що легко йти там, де сніг менш глибокий.

Поведінка в лавинонебезпечній зоні. Взимку значно підвищується лавинна небезпека. Це слід враховувати при виборі лінії руху і не планувати переходів через увігнуті форми рельєфу – снігозбірні воронки, лавинні лотки, під гребенями з нависаючими карнизами і взагалі по всіх



схилах, де є достатня кількість снігу, що знаходиться в нестійкому стані.

Лавинонебезпечними можуть бути схили крутизною від 15 до 60°, якщо глибина снігу на них більше 30 см. Знаходячись в такій зоні, туристам не слід виходити на маршрут при несприятливому прогнозі – різкому потеплінні або похолоданні, падінні тиску, під час снігопаду або в перші день-два після нього, під час завірюхи, дощу, урагану.

Підйоми. На пологих підйомах рекомендується використовувати ступаючий крок. На крутих і довгих схилах туристи рухаються зигзагами («серпентином»). На кутах зигзагів повертають маховим поворотом навколо ноги, причому поворот треба починати із зовнішньої відносно схилу лижі. На коротких ділянках маршруту можливі підйоми «ялиночкою» або «напівялиночкою». На дуже крутих місцях єдиним способом сходження є «драбинка». Велику роль при підйомах із вантажем відіграє уміле використання упорів на палиці.

Техніка лижних спусків. У туристів-початківців, що мають переважно неокантовані лижі і кріплення, які не фіксують п'яту на вантажному майданчику, техніка лижних спусків обмежується застосуванням основної стійки і періодичним гальмуванням на закритих або крутих ділянках «плугом» або «упором».

Порівняно із звичайним лижником туристові, навантаженому рюкзаком, доводиться на спуску ширше розводити ноги, далі виставляти одну лижу вперед і намагатися якомога м'якше вписуватися у нерівності рельєфу. Щоб рюкзак під впливом інерції не переміщався на спині і не змінював положення центру тяжіння, його корисно пристібати до поясу спеціальним ременем. Рух на довгих спусках краще проводити зигзагами із поворотами.

На дуже крутих схилах зручний спуск бічним зісковзуванням на ребрах лиж. Якщо схил заріс лісом із густим підліском, то краще спускатися ступаючим кроком – «драбинкою». В окремих випадках, при небезпеці наїзду на іншого туриста, дерево або камінь, треба уміти застосувати екстрене гальмування, навмисно падаючи назад набік або просто сідаючи у сніг.



Подолання перешкод. Якщо на шляху лижника зустрінеється канава, стовбури дерев, огорожі, то їх переступають боком, поставивши заздалегідь лижі паралельно перешкоді. Не знімаючи лиж можна перейти і через вищу перешкоду, якщо сісти на неї, опертися палицями з двох сторін і, піднявши ноги, перенести їх одночасно на інший бік.

У лісі не слід близько під'їжджати до дерев – можна легко провалитися в рихлий сніг у стовбура або, навпаки, в передвесняну пору потрапити на виступаюче коріння.

Подолання замерзлих водоймищ. Щоб не потрапити на тонкий лід, шлях слід обирати ті ділянки, що розташовані подалі від місць, де в озеро або річку впадає або витікає проточна вода. Попередньої розвідки потребує місце спуску на лід, оскільки у берегової кромки лід провисає із-за зимового зниження рівня води.

Водна подорож. Особливості режиму, темпу, порядку руху

Режим похідного дня у водній подорожі залежить від конкретного маршруту, умов погоди і плавзасобів. Наприклад, подорожуючим на плотах або відкритих човнах під час дощу краще «зламати» режим і не виходити з нічлігу до його закінчення. У байдарковому поході нескладною річкою, навпаки, можна рекомендувати вихід на денний перехід і в негоду, дочекавшись лише невеликого прояснення, щоб зібрати і скласти речі в байдарки.

Сильно заважає туристам, збиваючи темп руху, зустрічний вітер. При великій парусності судів вітер краще перечекати, скоротивши вранішній перехід і відповідно збільшивши частину маршруту «простою» водою увечері, коли вітер зазвичай вщухає.

На режим похідного дня впливають і світові умови: при поганій освітленості або низькому положенні сонця, що світить просто в очі, не можна проходити пороги та інші перешкоди. Подолання цих перешкод треба переносити на більш відповідний час доби.

Порядок руху. На човнах або байдарках подорожують колоною кільватера з дистанцією 30 – 50 м між судами. Під час руху вузькими річками або



при високій швидкості попутної течії дистанція збільшується до 100 – 150 м.

Перешкоди у водній подорожі проходяться переважно по черзі. При підході до них вперед висувається судно з найбільш досвідченим екіпажем. За ним, не віддаляючись далеко від берега, щоб завжди можна було пристати до нього, йдуть інші судна. У разі небезпеки екіпаж човна, що йде попереду, висаджується і з берега здійснює розвідку подальшого шляху.

Проглядання перешкоди полягає у визначенні її характеру, у виборі способу і порядку руху групи через перешкоду. Іноді для кращої розвідки водного потоку в нього скидають контрольні буї (палиці, колоди).

При складному фарватері і непомітних з води перешкодах на берегах корисно встановити віхи або поставити «махальщиків», які вкажуть екіпажам судів, що проходять, напрям поворотів.

Лінія руху. Лінія руху в туристському плаванні залежить від характеру води. На невеликих рівнинних річках, найбільш зручних для подорожей новачків, лінією руху судів є головний потік. Тут треба йти глибокими місцями, щоб повністю використовувати швидкість течії і фарватером долати різні перешкоди.

На крупних річкових артеріях туристи повинні дотримуватися Правил плавання по внутрішніх судноплавних шляхах і триматися поблизу правого по ходу берега, щоб не заважати руху великих суден

На швидких і складних річках (наприклад, передгірних) бажано будувати лінію руху так, щоб направляти човен з одного мису на іншій, перетинаючи фарватер на плесах. При підході до крутих поворотів або перешкод важливо не опинитися в головному потоці, який може навалити човен на притиск або затягнути його у високі стоячі вали.

При плаванні відкритими водними просторами потрібно постійно враховувати можливість сильних вітрів, великих хвиль, прибою. В такому випадку план переходів необхідно будувати залежно від конкретних умов, не віддаляючись далеко від берега, щоб завжди мати можливість пристати до нього.



Робота веслами. Техніка туристського веслування мало чим відрізняється від загальноприйнятих прийомів пересування на відповідних човнах – прогулянкових, плоскодонках, шлюпках тощо. Важливо, щоб в процесі веслування туристи більше працювали тулубом, робили довгу проводку з певним прискоренням і опускали весла у воду не глибше чим на півлопаті.

У подорожі байдаркою корпус у весляра повинен бути, навпаки, нерухомий: нахили у бік гребної лопаті (звичайна помилка новачка) викликають тільки швидке стомлення. Головне у веслуванні – широкі і вільні рухи з максимальним розслабленням м'язів на момент занесення весла і сильним гребком при проводці.

Окрім основного прийому проводки весла, туристи повинні вміти «табанити» (активно гальмувати веслами), правильно сідати в судно і висаджуватися з нього, відходити і підходити на судні до берега і чітко виконувати команди.

2.6 Методика оформлення маршруту. Маршрутна документація

Усі туристські групи повинні перед виходом на маршрут оформити відповідні документи.

Маршрутний лист. Це шляховий документ групи, яка відправляється у самодіяльну подорож, менш складну, ніж похід першої категорії. Маршрутні листи встановленого зразка видаються туристам МКК і підписуються керівником організації (або його заступником), що проводить некатегорійну подорож або похід вихідного дня.

У маршрутний лист вносять обліковий склад учасників подорожі, маршрут наводиться з розбиттям по ділянках із зазначенням способів пересування і загальної роботи, яку група планує провести в дорозі. Після закінчення подорожі маршрутний лист повертається організації, що видала його.

Маршрутна книжка – шляховий документ групи, що відправляється в подорож першої і більш високих категорій складності тобто у катего-



рійних похід.

До книжки вносять обліковий склад групи з паспортними даними на кожного учасника, докладний календарний план подорожі по днях шляху, контрольні пункти і терміни виходу на зв'язок. Книжка видається керівникові групи тільки після перевірки в МКК правильності розробленого маршруту і підготовленості до нього туристів.

Розгляд і затвердження маршруту. Туристська група, що готується до подорожі першої і більш високої категорії складності, для отримання маршрутної книжки подає до МКК заявочну книжку, що містить основні дані про маршрут запланованої подорожі, відомості про склад групи, досвід туристів, матеріальне забезпечення (спорядження, харчування, аптечка, кошторис), складні ділянки на маршруті і способи їх проходження. Заявочна книжка засвідчується організацією, що проводить подорож, а для збірних груп – клубом туристів.

Заявочна книжка подається до місцевої МКК не пізніше ніж за місяць до початку подорожі. Якщо ця комісія не має необхідних повноважень, то книжка подається до вищої МКК, але також не пізніше ніж за місяць до подорожі.

МКК зобов'язана перевірити розробку маршруту і графік руху основним і запасним варіантами, знання керівником і учасниками маршруту умов пересування і природних перешкод, правильність намічених групою заходів на випадок непередбачених відступів від маршруту і графіка руху, заходи з гарантування безпеки подорожі. У процесі розгляду маршруту для співбесіди можуть бути викликані всі учасники подорожі і для них призначені контрольні перевірки в польових умовах.

При позитивному рішенні МКК не пізніше ніж за 15 днів до початку подорожі видає керівникові групи пронумерований зареєстрований бланк маршрутної книжки, завірений штампом МКК, і копію заявочної книжки зі своїм висновком. Одночасно МКК вносить, у разі потреби, в маршрутну і заявочну книжку особливі вказівки групі, відзначає в них місце реєстра-



ції групи перед виходом на маршрут у відповідній контрольно-рятувальній службі (КРС).

На підставі висновку МКК і медичних довідок про стан здоров'я всіх членів групи організація, що проводить подорож, дозволяє групі вихід на маршрут і оформлює маршрутну книжку за підписом відповідальної особи цієї організації і печаткою.

Організація, що проводить подорож, здійснює контроль за підготовки і тренувань групи, оснащення її необхідним спорядженням, а також проведення подорожі у встановлені терміни.

При проведенні подорожей другої і більш високих категорій складності організація, що проводить подорож, повинна не пізніше ніж за 10 днів до виїзду групи до місця початку маршруту повідомити КРС про намічений маршрут і терміни подорожі, контрольні пункти, прізвище керівника і кількість учасників групи.

Під час подорожі туристські групи зобов'язані робити в маршрутних книжках позначки про проходження маршруту в туристських, а за їх відсутності – в інших організаціях і установах, повідомляти про проходження контрольних пунктів організації, яка проводить подорож та МКК (на її вимогу).

Складання звіту. Під час проведення подорожі туристи ведуть похідний щоденник і записують результати різних спостережень на маршруті. Після закінчення подорожі керівник групи в строк не більше 4 місяців звітує перед організацією, що проводила подорож, і МКК.

Звіти про подорожі повинні містити наступні розділи:

1. Довідкові відомості про подорож: вид туризму, категорія складності, час проведення, район, маршрут, способи пересування; склад групи; протяжність і тривалість подорожі в цілому і по ділянках з подоланням природних перешкод; коли і яка МКК розглядала подорож.

2. Інформація про район подорожі: коротка загальногеографічна характеристика району; туристська характеристика, складена на власних



спостереженнях і висновках групи, матеріалах, зібраних групою шляхом листування і на маршруті, яка має на меті забезпечити наступні туристські групи конкретними відомостями про природні особливості району, об'єкти огляду, дороги, місцевий транспорт, про можливості поповнення запасу продуктів тощо.

3. Технічний опис подорожі: характеристика пройденого шляху, умови і можливості пересування; складні ділянки маршруту (перевали, пороги, переправи, місця зі складним орієнтуванням тощо); засоби подолання природних перешкод; заходи гарантування безпеки і дії групи в складних умовах.

4. Докладна таблиця денних переходів із вказівкою кілометражу і способу пересування, кількості ходового часу, кілометражу з подоланням природних перешкод і короткою характеристикою погоди.

5. Списки особистого і групового спорядження та продуктів харчування, бажано з їх оцінкою, що складена на досвіді проведеної подорожі.

6. Кошторис витрат.

7. Список використаної літератури.

До звіту про подорож додається загальна картосхема з нанесенням маршруту і місць нічлігів, а також фотографії найбільш складних ділянок з вказівкою шляху і термінів їх проходження.



Контрольні питання і завдання

1. Розкрийте основні принципи комплектування туристської групи.
2. Які несприятливі чинники впливають на безпеку туристських походів?
3. Яка різниця між об'єктивними та суб'єктивними чинниками ризику?
4. Дайте характеристику основним типам наметів, що використовуються під час туристських походів.



- =====
5. Які типи рюкзаків існують? На які конструктивні елементи рюкзаків необхідно звертати особливу увагу?
 6. Наведіть основні характеристики спальних мішків.
 7. Якими чинниками визначається режим харчування під час туристських походів? Від чого залежать існуючі норми харчування?
 8. Визначте особливості організації туристського табору.
 9. В чому значення та який зміст режиму та розпорядку похідного дня?
 10. Які особливості руху туристської групи під час походів за видами спортивного туризму?
 11. Які види маршрутної документації складаються при організації туристської подорожі?





=====

РОЗДІЛ 3

ОРГАНІЗАЦІЯ КОМЕРЦІЙНИХ ТУРИСТСЬКИХ ПОДОРОЖЕЙ.

ТУРОПЕРЕЙТИНГ

3.1 Організатори туризму: туроператори і турагенти

3.1.1 Класифікація та функції туроператорів и турагентів

Набуття чинності Закону України «Про внесення змін та доповнень в Закон України «Про туризм» призвело до значних змін у функціонуванні ринку туристських послуг України. В першу чергу, це торкнулося організації роботи турфірм: змінилися принципи та вимоги ліцензування. На ринку з'явилося два типи туристичних підприємств – туроператори та турагентства.

Туроператори – це виключно юридичні особи, які формують, організовують просування та реалізують власний турпродукт. Крім того, туроператори мають право на реалізацію турпродукту інших туроператорів та окремих послуг постачальників послуг (наприклад, готелів, транспортних підприємств, екскурсійних бюро тощо). З іншого боку, туроператорська діяльність є виключною для таких підприємств, додатково на ринку вони можуть пропонувати лише супутні послуги.

Турагентства – це як юридичні, так і фізичні особи-підприємці, які надають посередницькі послуги з реалізації турпродукту, що сформований туроператором, туристам. За свою діяльність турагентства отримують від туроператора комісійну винагороду від кожного проданого турпакету.

Туроператори відіграють провідну роль в туризмі, оскільки саме вони пакетують різні послуги (транспорт, розміщення, харчування, трансфер, екскурсії, розваги тощо) в єдиний туристський продукт.

Туроператор може також продавати послуги туризму роздільно. Це робиться з міркувань збільшення прибутку або за іншої необхідності.



У першому випадку, коли туроператор формує туристський пакет, він виступає в ролі виробника туристського продукту. Це вірно, навіть якщо куплені послуги збираються використовувати конкретно за призначенням, без певних умов. Туристські пакети, відомі як інклюзив-тури, відрізняються один від одного елементами, що до них входять.

У другому випадку, коли туроператор продає послуги туризму окремо, він виступає як оптовий дилер туристських послуг. Це можливо у тому випадку, коли туроператор купує у виробника більше туристських послуг, ніж це необхідно для формування туристського пакету. Бувають також випадки, коли туроператори продають окремі послуги за оптовими цінами туристам, які бажають сформувати свій індивідуальний пакет. В світовій практиці виділяють чотири типи туроператорів:

- ✓ масового ринку;
- ✓ спеціалізованого сегменту ринку;
- ✓ внутрішнього ринку;
- ✓ зовнішнього ринку.

Туроператори масового ринку – найбільш поширений тип. Вони продають пакети на популярні курорти. Перевезення туристів здійснюється чартерними або регулярними рейсами.

Туроператори спеціалізованого сегменту ринку – найпоширеніший тип туроператора. Вони можуть бути поділені на ряд категорій:

- а) туроператори, що пропонують тури для певної клієнтури (молодь, бізнесмени, сімейні туристи тощо);
- б) туроператори, що пропонують пакети на певні напрями (Англія, Франція, Латинська Америка тощо);
- в) туроператори, що пропонують розміщення в певних центрах (Майорка, Анталія, Шарм-ель-Шейх, Карлови Вари тощо);
- г) туроператори, що перевозять свою клієнтуру на певному виді транспорту (пароплав, літак, автобус);
- д) туроператори, що пропонують специфічні тури (сафарі, гірсько-



лижний туризм, пляжно-кліматичні тури тощо).

Туроператори внутрішнього ринку (місцеві) продають турпакети всередині країни, є організаторами внутрішнього туризму.

Туроператори зовнішнього ринку (в'їзні) створюють пакети і продають їх в різні країни, особливо в ті, з яких приїжджає найбільша кількість туристів. Оскільки цей вид діяльності вимагає серйозних капіталовкладень, пов'язаних з відкриттям закордонних представництв, організації дорогих рекламних заходів, то туроперейтинг зовнішнього ринку практично не характерний для України.

Крім того, на практиці за регіональним напрямом діяльності прийнято поділяти туроператорів ініціативних і внутрішніх (рецептивних) операторів.

Ініціативні туроператори – це оператори, що відправляють туристів за кордон або в інші регіони за домовленістю з приймаючими (рецептивними) операторами або безпосередньо з постачальниками послуг у сфері туризму. Класичний ініціативний туроператор формує складні туристські маршрути, комплектуючи їх з послуг місцевих туроператорів в різних місцях відвідання (за маршрутом), забезпечуючи проїзд до місця початку подорожі і у зворотному напрямку і організовуючи надання внутрішньомаршрутного транспорту.

Внутрішні (рецептивні) туроператори – це туроператори на прийомі, тобто ті, хто комплектує тури і програми обслуговування в місці прийому і обслуговування туристів, використовуючи прямі договори з постачальниками послуг (готелями, підприємствами харчування тощо)

Функціями туроператора є:

1. Вивчення потреб потенційних туристів на туристські програми.
2. Складання перспективних програм обслуговування, турів і апробація їх на ринку з метою виявлення відповідності потребам туристів.
3. Взаємодія з постачальниками послуг на тури на договірній основі з:
 - ✓ готелями – з надання туристам місць для розміщення;
 - ✓ підприємствами харчування – з надання туристам харчування;



- ✓ транспортними підприємствами, фірмами і компаніями — з надання транспортного обслуговування туристів*;
- ✓ екскурсійними фірмами, музеями, виставковими залами, парками і іншими закладами — з надання туристам екскурсійного обслуговування;
- ✓ фірмами, що надають різні побутові послуги, – з надання відповідного обслуговування туристів;
- ✓ адміністрацією спортивних споруд – з метою забезпечення туристів можливістю користуватися спортивними спорудами;
- ✓ менеджерами шоу-бізнесу, кіно, відео, театральних підприємств – для відвідання їх туристами;
- ✓ дирекціями заповідників, заказників, садово-паркових, мисливських і риболовецьких господарств – з метою забезпечення туристам відпочинку і обслуговування в такій місцевості;
- ✓ місцевими муніципальними властями – на предмет паблік рилейшнз свого бізнесу, орієнтованого на людину і навколишнє середовище (цьому сприяють цільові внески турфірм на відновлення, реставрацію пам'ятників, дорожнього господарства, взяття на баланс та утримання окремих пам'ятників та інші аналогічні заходи.).

Взаємодія з постачальниками послуг на тури повинна носити як перспективний, так і поточний характер – постійне опрацювання нових і контроль туристських програм, що вже діють.

4. Розрахунок вартості туру, і визначення ціни з урахуванням ринкової ситуації. Встановлення тарифів і цін на свої послуги з комплектації турів різного складу, класності тощо.

5. Забезпечення туристів, що подорожують маршрутами, всіма необхідними матеріалами рекламно-сувенірного характеру, спеціальним спорядженням і інвентарем.

6. Підготовка, підбір і призначення на маршрути кваліфікованих ке-

* У зв'язку з великим обсягом інформації щодо принципів роботи транспортної складової в туризмі це питання винесено на розгляд в окремий розділ «Транспортне обслуговування в туризмі»



=====
рівників і груп або супроводжуючих їх, до функцій яких відносять контакти з туристами, координацію і контроль виконання програм обслуговування (гіді-екскурсоводи, інструктори з туризму, аніматори, методисти, готельні гіді, трансфермени тощо).

7. Рекламно-інформаційна діяльність щодо просування свого туристського продукту до споживачів.

8. Просування і реалізація турів споживачам через систему турагентств.

9. Контроль надійності і якості обслуговування.

10. Постійний оперативний зв'язок з туристами під час обслуговування, вирішення виникаючих питань.

Туроператор комплектує пакет програм: *пекідж-тур* (пакет туру, який може бути гнучким і коригуватися в залежності від потреб туриста) або *інклюзив-тур* (з жорстким, заздалегідь визначеним, набором послуг, що не змінюється при продажі). Відповідно перший продається з варіантами обслуговування, другий – без варіантів з комплексним набором послуг. Це залежить від можливостей прийому і від маршруту подорожі.

Туроператор на туристському ринку обіймає позицію між виробниками послуг і їх споживачами (туристами). Його завданням є просування послуг окремих виробників до споживачів у вигляді комплексного туристського продукту, причому як основних послуг (пакет туру), так і додаткових (що споживаються на місці за готівковий розрахунок).

Додаткові послуги тільки на перший погляд не є турботою туроператору. По-перше, багато додаткових послуг є основним мотивом залучення туристів (тематичні парки, можливості розваг і додаткових поїздок або екскурсій, тощо), а по-друге, практика показує, що велику частку доходів туроператора складають саме додатково надані послуги, що продаються туристам понад пакету туру вже на місці відпочинку.

В той же час *функціями турагентства* є:

- ✓ пошук турів згідно з побажаннями туристів, бронювання турів,



правильне оформлення замовлень;

- ✓ реалізація турів туроператорів;
- ✓ інформування туристів щодо особливостей туру, країни перебування, митних формальностей, особливостей обслуговування в готелі, правил поведінки на транспорті тощо;
- ✓ проведення розрахунків з туристами;
- ✓ своєчасна сплата послуг туроператора;
- ✓ отримання документів у туроператора і своєчасна передача їх туристам;
- ✓ продаж окремих послуг в сфері туризму.

3.1.2 Нормативно-законодавча база провадження туроператорської та турагентської діяльності. Особливості діяльності туроператорів та турагентів

З метою створення рівних можливостей суб'єктам господарської діяльності на ринку туристичних послуг та забезпечення захисту прав і законних інтересів громадян, захисту навколишнього природного середовища, підвищення рівня туристичного обслуговування здійснюється ліцензування туроператорської та турагентської діяльності. Ліцензування туроператорської та турагентської діяльності здійснюється згідно з Ліцензійними умовами, що розроблені відповідно до Законів України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності», «Про туризм», «Про захист прав споживачів», постанови Кабінету Міністрів України від 14.11.2000 № 1698 «Про затвердження переліку органів ліцензування», постанови Кабінету Міністрів України від 04.07.2001 № 756 «Про затвердження переліку документів, які додаються до заяви про видачу ліцензії для окремого виду господарської діяльності».

Державна служба туризму і курортів здійснює ліцензування туроператорської та турагентської діяльності, Рада міністрів Автономної Респу-



=====
бліки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські державні адміністрації здійснюють ліцензування турагентської діяльності.

Суб'єкт господарювання не має права у своїй назві використовувати слова «туроператор» або «турагент» без отримання ним ліцензії на здійснення, відповідно, туроператорської чи турагентської діяльності.

Ліцензія на туроператорську чи турагентську діяльність не може бути видана суб'єкту господарської діяльності з назвою, тотожною назві іншого суб'єкта господарської діяльності, якому ліцензія видана раніше і інформація про нього внесена до відповідного реєстру.

Суб'єкт господарювання, який має намір провадити туроператорську або турагентську діяльність, особисто або через уповноважений ним орган чи особу звертається до органу ліцензування із заявою про видачу ліцензії встановленого зразка.

До заяви додаються документи згідно зі статтею 10 Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» та постанови Кабінету Міністрів України від 04.07.2001 № 756 «Про затвердження переліку документів, які додаються до заяви про видачу ліцензії для окремого виду господарської діяльності».

Для кожної філії, інших відокремлених підрозділів ліцензіата, які провадитимуть господарську діяльність на підставі отриманої суб'єктом господарювання ліцензії, ліцензіат повинен отримати копію ліцензії, засвідчену органом ліцензування. Засвідчена органом ліцензування копія ліцензії є документом, що підтверджує право філії, інших відокремлених підрозділів ліцензіата на провадження туроператорської або турагентської діяльності.

У разі створення ліцензіатом нової філії, іншого нового відокремленого підрозділу, які провадитимуть туроператорську або турагентську діяльність згідно з отриманою ліцензією, ліцензіат повинен подати до органу ліцензування заяву про видачу копії ліцензії встановленого зразка, а також документи відповідно до статті 10 Закону України «Про ліцензу-



вання певних видів господарської діяльності».

Туроператор і турагент повинні дотримуватися таких організаційних вимог:

- ✓ провадити діяльність у галузі туризму, яка підлягає ліцензуванню, лише за наявності відповідної ліцензії;
- ✓ надавати туристичні послуги, що підлягають обов'язковій сертифікації, після проведення такої сертифікації в установленому порядку;
- ✓ залучати до надання туристичних послуг осіб, які відповідають кваліфікаційним вимогам, що визначені Ліцензійними умовами, а у випадках, визначених чинним законодавством України, мають відповідні дозволи на право здійснення туристичного супроводу;
- ✓ надавати туристичні послуги в обсягах та в терміни, обумовлені договором про туристичне обслуговування;
- ✓ виконувати вимоги чинного законодавства України щодо забезпечення безпеки туристів, охорони туристичних ресурсів України та довкілля;
- ✓ документи, пов'язані з провадженням туристичної діяльності, повинні зберігатися у туроператора і турагента відповідно до вимог чинного законодавства України;
- ✓ туроператор і турагент повинні вести облікову та іншу, визначену чинним законодавством України, документацію та звітність: подавати до місцевих органів виконавчої влади в галузі туризму та органів державної статистики за місцезнаходженням у визначені терміни, у повному обсязі достовірну статистичну інформацію за формами державної статистичної звітності № 1-ТУР «Звіт про діяльність туристичної організації» і № 1-ТУР(к) «Звіт про діяльність туристичної організації», затвердженими наказом Державного комітету статистики України від 04.03.98 № 96, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 19.03.98 за № 182/2622;
- ✓ відшкодовувати в установленому чинним законодавством України порядку збитки, завдані туристам, іншим особам та довкіллю;



✓ укладати з туристом договір про туристичне обслуговування в письмовій (електронній) формі відповідно до вимог чинного законодавства України;

✓ з метою забезпечення прав та законних інтересів громадян–споживачів туристичних послуг туроператор і турагент зобов’язані здійснити фінансове забезпечення своєї цивільної відповідальності (гарантією банку або іншої кредитної установи) перед туристами у розмірах, установлених статтею 15 Закону України «Про туризм»;

✓ повідомляти орган ліцензування про всі зміни даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії. У разі виникнення таких змін ліцензіат повинен протягом десяти робочих днів подати до органу ліцензування письмове повідомлення разом з документами або їх нотаріально засвідченими копіями, які підтверджують зазначені зміни, для внесення відповідних змін до ліцензійного реєстру туроператорів і турагентів;

✓ в разі зміни найменування ліцензіата (якщо зміна найменування не пов’язана з реорганізацією) або прізвища, імені, по батькові фізичної особи – суб’єкта підприємницької діяльності ліцензіат протягом десяти робочих днів після перереєстрації в органі державної реєстрації повинен подати до органу ліцензування заяву про переоформлення ліцензії встановленого зразка разом з ліцензією, що підлягає переоформленню, та відповідними документами або їх нотаріально засвідченими копіями, які підтверджують зазначені зміни. Не переоформлена в установлений строк ліцензія є недійсною;

✓ в разі зміни місцезнаходження ліцензіат зобов’язаний протягом десяти робочих днів з дня реєстрації органом державної реєстрації внесення змін подати до органу ліцензування заяву про переоформлення ліцензії встановленого зразка разом з ліцензією, що підлягає переоформленню, та відповідними документами або їх нотаріально засвідченими копіями, які підтверджують зазначені зміни. Не переоформлена в установ-



лений строк ліцензії є недійсною.

Туроператор і турагент повинні мати службове приміщення (офіс), яке відповідає таким вимогам:

✓ має інформаційну вивіску або зовнішню рекламу із зазначенням найменування згідно з установчими документами та логотипу (за його наявності);

✓ при вході в службове приміщення ліцензіата розміщується інформація про режим його роботи;

✓ на видному для туриста місці повинні розміщувати такі документи:

- копію ліцензії;
- копію свідоцтва про державну реєстрацію;
- копію довідки банківської або іншої кредитної установи про підтвердження фінансового забезпечення відповідальності ліцензіата;
- відомості про працівників: прізвище, ім'я, по батькові керівника, його заступників, головного бухгалтера, менеджерів;
- книгу відгуків та пропозицій громадян;
- Ліцензійні умови;
- адреси та телефони центрального та місцевого органів виконавчої влади в галузі туризму, територіального управління у справах захисту прав споживачів, перелік номерів телефонів, факсів ліцензіата.

Керівник туроператора, керівник філії, іншого відокремленого підрозділу туроператора повинен мати вищу освіту та стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або вищу освіту в галузі туризму.

У штаті туроператора повинно налічуватись не менше 50 відсотків фахівців, які мають стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або вищу освіту в галузі туризму.

Керівник турагента чи керівник філії, іншого відокремленого підрозділу турагента (юридичної особи) повинен мати стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або освіту в галузі туризму.



В штаті турагента (юридичної особи) повинно налічуватись не менше 30 відсотків фахівців, які мають стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або освіти в галузі туризму.

Турагент – фізична особа – підприємець повинен мати освіту в галузі туризму.

Туроператор та турагент для покриття своєї відповідальності за збитки, що можуть бути заподіяні туристу в разі виникнення обставин його неплатоспроможності чи внаслідок порушення процесу про визнання його банкрутом, які пов'язані з необхідністю покриття витрат туриста з його повернення в місце постійного проживання (перебування), відшкодування вартості ненаданих послуг, передбачених договором, повинен надати підтвердження фінансового забезпечення своєї відповідальності (гарантію банку або іншої кредитної установи) перед туристом в установленому порядку.

Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму, еквівалентну не менше ніж 20 000 євро. Розмір фінансового забезпечення туроператора, який надає послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму, має становити суму, еквівалентну не менше ніж 10 000 євро. Мінімальний розмір фінансового забезпечення турагента має становити суму, еквівалентну не менше ніж 2000 євро.

Гарантія оформлюється у вигляді угоди, укладеної у письмовій формі, між ліцензіатом та банком або іншою кредитною установою, яка внесена до реєстру фінансових установ, отримала ліцензію на провадження діяльності з надання фінансових послуг і має право надавати гарантії відповідно до Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг». До договору гарантії додається копія ліцензії банку або іншої кредитної установи.

Гарантія видається на термін, що перевищує на три місяці термін дії ліцензії туроператора і турагента.

Дія гарантії припиняється через три місяці після закінчення терміну дії або анулювання відповідної ліцензії.



В разі відкликання ліцензії у банку або іншої кредитної установи, з якою укладено договір гарантії, ліцензіат зобов'язаний укласти договір гарантії з іншим банком або кредитною установою та подати його нотаріально засвідчену копію до органу ліцензування у десятиденний термін.

3.1.3 Ліцензування туроператорської та турагентської діяльності

Протягом періоду з 1 січня по 31 грудня 2008 року включно Державною службою туризму і курортів здійснювалось ліцензування туроператорської та турагентської діяльності.

За даними ліцензійного реєстру суб'єктів туроператорської та турагентської діяльності станом на 31.12.2008 року ліцензії на туроператорську та турагентську діяльність отримало 6742 суб'єктів господарювання, з них в дії 6037.

За 2008 рік:

✓ видано ліцензій 1664 суб'єктам господарювання, з них:

- на турагентську діяльність – 1329
- на туроператорську діяльність – 303
- на туроператорську діяльність (внутрішній та в'їзний туризм) – 32

✓ переоформлено ліцензій – 115

✓ видано копій ліцензій – 1950

✓ анульовано ліцензій 400 суб'єктам туристичної діяльності

✓ визнано недійсними ліцензій 193 суб'єктам туристичної діяльності (у тому числі 115 ліцензій, які переоформлено).

Кошти, перераховані до Державного бюджету за видачу ліцензії згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 29.11.2000 № 1755 за період з 01.01.2008 по 31.12.2008 – 608 940 грн.



Таблиця 3.1 – Порівняльна таблиця за минулі роки

Період	2005	2006	2007	2008
Видано ліцензій суб'єктам господарювання, з них:	1284	1637	2229	1664
- на турагентську діяльність	869	1095	1460	1329
- на туроператорську діяльність	307	435	629	303
- на туроператорську діяльність (внутрішній та в'їзний туризм)	108	107	140	32
Переоформлено ліцензій	43	60	80	115
Видано копій ліцензій	987	1391	1989	1950
Анульовано ліцензій	80	101	350	400
Визнано недійсними ліцензій	98	123	167	193
Кошти перераховані до Державного бюджету України за видачу ліцензій	456 994 грн.	585 327 грн.	798 473 грн.	608 940 грн.
Кількість суб'єктів господарювання у яких закінчився термін дії ліцензії і які отримали нові ліцензії	0	0	862 (340 не поновили)	0

Відповідно до Закону України «Про туризм» ліцензуванню підлягає туроператорська і турагентська діяльність.

Туроператорська діяльність – виключна діяльність з організації та забезпечення створення туристичного продукту, реалізації та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг (тільки юридичні особи).

Для отримання ліцензії на туроператорську діяльність подаються



такі документи:

1. Заява про видачу ліцензії на бланку встановленої форми (згідно з додатком 1 до пункту 1.2.4 Ліцензійних умов провадження туроператорської та турагентської діяльності.

Особливості заповнення заяви:

- ✓ заява заповнюється на комп'ютері українською мовою (рукописна заява не приймається);
- ✓ підписується керівником суб'єкта господарювання, завіряється печаткою.
- ✓ в заяві вказується повне найменування суб'єкта господарювання згідно з свідоцтвом про державну реєстрацію;
- ✓ всі адреси в заяві вказуються в повному обсязі: індекс, область, місто/сел., район міста, вулиця, будинок, приміщення);
- ✓ в розділі – місцезнаходження філій/інших відокремлених підрозділів вказується адреса офісного приміщення (або адреса філії; відокремленого підрозділу) де буде здійснюватись діяльність.

2. До заяви додаються такі документи:

- ✓ нотаріально засвідчена (або засвідчена органом, який видав документ) копія довідки статуправління Про включення до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України або нотаріально засвідчена (або засвідчена органом, який видав документ) копія свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта господарювання(в разі подання свідоцтва про державну реєстрацію, показати оригінал довідки статуправління Про включення до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України);
- ✓ нотаріально засвідчена копія довідки з банківської або іншої кредитної установи про підтвердження фінансового забезпечення відповідальності суб'єкта господарювання у розмірі, визначеному ст.15 Закону України «Про туризм» (банківська гарантія);
- ✓ засвідчені в установленому порядку (підписом керівника та пе-



=====
чаткою) копії документів, що підтверджують право власності суб'єкта господарювання або оренди ним службового приміщення (офісу) (Істотними умовами договору оренди є: строк, на який укладається договір оренди; орендна плата (ст.284 Господарського Кодексу України). В разі подання завіреного печаткою та підписом керівника договору суборенди, необхідно подати завірений печаткою та підписом керівника суб'єкта господарювання основний договір оренди. Термін дії договору суборенди не повинен перевищувати терміну дії договору оренди; письмовий дозвіл орендодавця на здачу в суборенду завірений суб'єктом господарювання, якщо вказаний дозвіл прописаний в договорі оренди.);

✓ засвідчена в установленому порядку (підписом керівника та печаткою) копія договору із страховою компанією про обов'язкове страхування (медичне та від нещасного випадку (страхування туристів за кордоном так і по Україні) туристів, що здійснюють туристичні подорожі;

✓ опис документів.

Якщо в заяві про видачу ліцензії в розділі – місцезнаходження філій/інших відокремлених підрозділів вказується адреса офісного приміщення (філії або іншого відокремленого підрозділу), тоді до заяви додаються документи необхідні для отримання копії ліцензії.

Якщо заява і необхідні документи подаються в ДСТіК України не керівником суб'єкта господарювання, а його довіреною особою, потрібно надати відповідне доручення, в якому зазначається, що ця довірена особа компетентна представляти інтереси заявника з питань його господарської діяльності.

Турагентська діяльність – посередницька діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницька діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг.



3.1.4 Основні принципи взаємодії туроператорів і турагентів. Договірні відносини

Хоча туроператори і мають право самостійно продавати власний турпродукт, вони майже не використовують це своє право, адже охопити своїми представництвами значну територію неможливо і нерационально. Заради продажу власного специфічного турпродукту відкриття значної кількості представництв буде нерентабельним для туроператора.

Тому чи не найголовнішою метою туроператору можна вважати необхідність формування власної збутової мережі за допомогою турагентств, які охоплюють значну територію країни, мають зручне для туристів розташування, власні кадри та достатню кількість обладнання для забезпечення роботи.

Обов'язковою умовою співпраці туроператорів і турагентів є укладання договору на співробітництво. Договори, що укладаються можуть бути різних типів (рис. 3.1):

- ✓ договір доручення;
- ✓ договір комісії;
- ✓ агентський договір;
- ✓ договір франчайзингу;
- ✓ договір про партнерство.

Договір комісії – вид договірних відносин, за яким одна сторона (комісіонер) зобов'язується за дорученням іншої сторони (комітента) за винагороду укласти одну або кілька угод від свого імені, але за рахунок комітента. На практиці такі договори майже не укладаються, оскільки вони передбачають конкретизації практично за кожним фактом співробітництва. Більш того, вони не сприятимуть щільної співпраці між туроператором та турагентом. Більш поширеним є агентський договір, який передбачає для турагентств не лише комісійну винагороду, а і додаткові бонусні заохочувальні програми, що надаються туроператором.



договір доручення	договір комісії	агентський договір	договір франчайзингу	договір про партнерство
<ul style="list-style-type: none"> • як правило, турагент здійснює одноразовий продаж отримуючи за це винагороду; • такі договори можуть укладатися у випадках коли йдеться про обслуговування великих груп або виконання представницьких функцій 	<ul style="list-style-type: none"> • як правило, турагент здійснює декілька продажів, отримуючи за це комісійну винагороду; • такі договори укладаються, зазвичай, на один сезон 	<ul style="list-style-type: none"> • як правило, укладається довгостроково; • за продаж турів агентство отримує не лише комісію, але й бере участь у різноманітних бонусних програмах від туроператора 	<ul style="list-style-type: none"> • турагент використовує назву франчайзингової мережі; • турагент сплачує одноразові і щомісячні платежі за франчайзинг; • франчайзер забезпечує рекламу всієї мережі; • франчайзер забезпечує турагента програмним забезпеченням 	<ul style="list-style-type: none"> • турагент використовує власну назву; • турагент продає турпродуктів інших туроператорів; • туроператор здійснює рекламу турагента; • турагент не сплачує туроператору жодних платежів; • турагент забезпечує обслуговування обсяг продажів

Рис. 3.1 – Види договірних відносин між туроператором і турагентом

Агентський договір – вид договірних відносин у підприємницькій діяльності, за яким одна сторона (агент) зобов’язується за винагороду здійснити за дорученням іншої сторони (принципала) юридичні та інші дії від свого імені, але за рахунок принципала, або від імені і за рахунок принципала.

Договір доручення – вид договірних відносин у підприємницькій діяльності між виробником послуги та продавцем (туроператором і турагентом). За договором доручення одна із сторін (повірник) зобов’язується здійснити від свого імені, але за рахунок іншої сторони (довірителя) певні юридичні дії. Права і обов’язки за угодами, укладеними повірником, виникають безпосередньо в довірителя, при цьому довіритель зобов’язаний



сплатити повірникові винагороду, а повірник – виконати дане йому доручення відповідно до вказівок.

На практиці такі договори укладаються між туроператором, який не має власного представництва в певному місті, і турагентством, яке згідно із таким договором виконуватиме саме представницькі функції. Наприклад, в літньому сезоні 2008 року туроператор «Карасан» здійснював власну чартерну програму із м. Харкова у м. Тіват (Чорногорія), але при цьому не мав власного представництва у місті вильоту. З декількома турагентствами Харкова туроператор «Карасан» уклав договори доручення, згідно з якими ці турагентства виконували представницькі функції, в тому числі і з видачі документів туристам.

Договір франчайзингу – становить собою систему взаємин, що полягає у передачі однією стороною (фірмою, що має, як правило, яскраво виражений імідж і високу репутацію на ринку товарів і послуг), що іменується франчайзером, іншій стороні (фірмі чи індивідуальному приватному підприємцю), що іменується франчайзі, своїх засобів індивідуалізації вироблених товарів, робіт чи послуг, що надаються, (товарного знаку чи знака обслуговування, фірмового стилю), технології ведення бізнесу та іншої комерційної інформації, використання якої іншою стороною буде сприяти зростанню і надійному закріпленню на ринку товарів і послуг. При цьому франчайзер зобов'язується сприяти в становленні бізнесу франчайзі, забезпечувати технічну і консультаційну допомогу.

Франчайзингу властиві наступні основні риси і особливості:

- ✓ франчайзинг передбачає наявність двох сторін угоди (договору) — «франчайзера» і «франчайзі»;
- ✓ франчайзер є власником виключних прав: товарного знаку, фірмового стилю, патенту, ідеї, авторського права та інших аналогічних прав;
- ✓ франчайзер, будучи правовласником, передає свої права франчайзі на визначених умовах. Франчайзі здійснює свою діяльність під товарним знаком франчайзера, використовує його репутацію на ринку това-



рив (послуг, робіт) і за фірмовим стилем ідентифікується із франчайзером;

✓ франчайзер буває лише один, тоді як франчайзі, що працюють за договором із правовласником, може бути кілька, тобто вони створюють свого роду мережу, що працює за єдиною методологією;

В туризмі франчайзинг має певні особливості. Франчайзер і франчайзингова мережа створюють не тільки позитивний імідж, а і своєю роботою за короткий час заробляють підвищену комісію у провідних туроператорів та успішно підтримують ці досягнення.

Сьогодні франчайзинг стає все більш поширеним на ринку туристських послуг. До числа відомих мереж, які здобули свою популярність використовуючи відомий ще за часів СРСР термін «горящие путевки» («Сеть магазинов горящих путевок», «Сеть агентств горящих путевок», «Сеть агентств «Горящие туры»»), згодом додалися мережі, що були організовані певними туроператорами: туроператор «Вояж-Київ» започаткував франчайзингову мережу «Галопам по Европам», туроператор «Феєрія» – створив франчайзингову мережу «Феєрія мандрів». За умови відсутності можливостей щодо цінової конкуренції (фактично усі турагентства пропонують до продажу один і той же турпродукт, створений конкретним туроператором за чітко визначеною ним ціною) та неможливості ідентифікації турагентств за власним ексклюзивним турпродуктом (згідно із Ліцензійних умов та Закону турагентство немає права створювати власний турпродукт), актуальним для багатьох турагенцій стає питання входження до певної франчайзингової мережі.

Договір про партнерство – різновид договірних відносин між туроператором і турагентом, згідно з яким турагент отримує додаткові права представляти інтереси туроператора, діяти від його імені. За свою роботу турагент отримує додаткову винагороду, туроператор, в свою чергу, забезпечує додаткову рекламу турагенту, вказуючи його як основного партнера у здійсненні продажів турпродукту, що сформований туроператором. Турагент приймає на себе певні зобов'язання щодо забезпечення певного обсягу продаж.



Схематично особливості роботи турагента згідно договору про партнерство представлено на рис. 3.2.

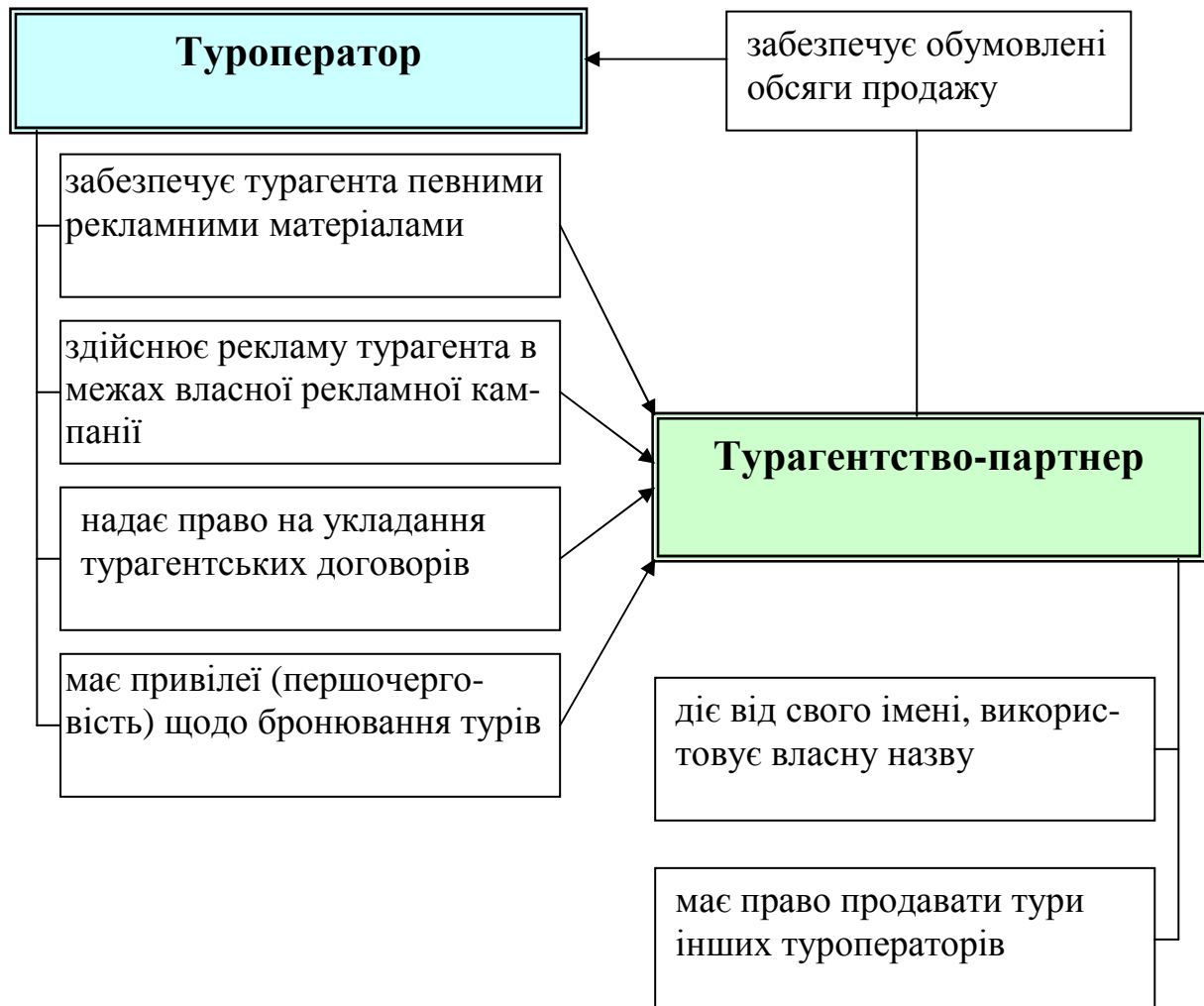


Рис. 3.2 – Схема роботи туроператора і турагента при договорі про партнерство

Договір про партнерство має певні відмінності від договору про франчайзинг, а саме:

- ✓ при договорі про партнерство турагент діє від свого імені, використовує власну назву, реквізити, тощо;
- ✓ турагент має право здійснювати продаж турпродуктів інших туроператорів;
- ✓ турагент отримує статус партнера;



- ✓ туроператор забезпечує турагента певними рекламними матеріалами і здійснює рекламу турагента в межах власної рекламної кампанії;
- ✓ турагент не сплачує туроператору жодних платежів за партнерство, а лише забезпечує обумовлений обсяг продажу;
- ✓ турагент має право формувати власну мережу турагентів, сплачуючи їм комісійну винагороду від свого імені, тобто виступати у ролі *консолідатора*.

Незалежно від типу договірних відносин будь-який договір між туроператором і турагентом має включати в себе наступні розділи:

- ✓ терміни Договору;
- ✓ предмет Договору;
- ✓ порядок укладання і обслуговування Договорів на туристичне обслуговування;
- ✓ обов'язки і відповідальність сторін;
- ✓ права сторін;
- ✓ порядок розрахунків;
- ✓ рекламації та порядок розв'язання спорів;
- ✓ форс-мажорні обставини;
- ✓ конфіденційність;
- ✓ термін дії;
- ✓ місцезнаходження і реквізити сторін.

Формування вищезгаданої системи договірних відносин між туроператорами і турагентствами відбувалось в Україні протягом останніх років у відповідності до Закону України «Про внесення змін в Закон України «Про туризм» і Ліцензійних умов провадження туроператорської та турагентської діяльності. Умови, що прописані в укладених між туроператорами і турагентами договорах, відповідають міжнародним стандартам та забезпечують їх щільну співпрацю та функціонування ринку туристичних послуг. Тим не менш, умови такої співпраці на практиці мають певні особливості.



Найбільш щільна співпраця між туроператорами і турагентами спостерігається, перш за все, у питаннях організації, просування та продажу турпродукту виїзним туристам. Протягом 2004 – 2008 років, тобто за час дії нового закону, кількість виїзних туристів постійно зростала. Так в період з 2004 по 2007 рр. кількість українських туристів, що виїжджали за кордон, збільшилася майже у 2,5 рази з 668240 чол. у 2004 році до 1661315 чол. у 2007 році.

Така тенденція сталого зростання пояснюється тим, що саме продаж виїзних турів є найбільш вигідним для турагентств, адже туроператори гарантують прозору і зрозумілу систему комісійної винагороди.

В свою чергу забезпечення системи прозорих комісійних винагород можливо за умови чіткого ціноутворення при формуванні закордонних турів. З цією метою туроператори укладають договори з постачальниками окремих послуг, що знаходяться за кордоном (готелі, рецептивні туроператори тощо), які вже давно використовують міжнародну систему при формуванні турів. Основний принцип полягає у гнучкій системі знижок, що надаються готелями туроператорам при купівлі останніми гарантованих квот місць на певний період часу. Чим більше квота, чим вище рівень гарантій завантаження викуплених готельних місць (а точніше гарантій оплати квот незалежно від заповнення) і більш тривалий період дії договору, тим, відповідно, нижче ціна, за якою продаються готельні послуги туроператорам. В такому випадку останні отримують можливість коригувати вартість турпродукту протягом сезону з метою більш ефективного завантаження викуплених місць.

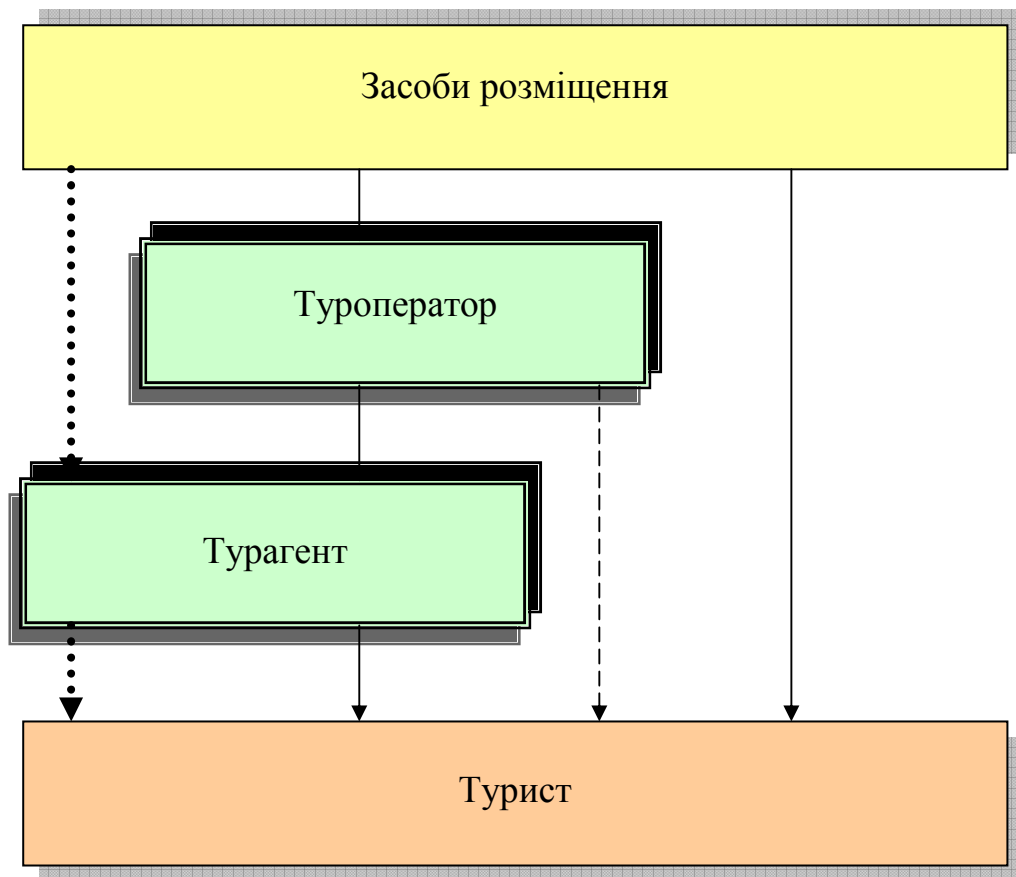
Інакше кажучи, саме така система співпраці постачальників готельних послуг і туроператорів дає можливість останнім планувати свою діяльність і формувати цінову політику на тривалий час. Набагато гірша ситуація із продажем турів у внутрішньому туризмі. Українські засоби розміщення не готові працювати згідно із міжнародною практикою. Рівень знижок, які вони надають туроператорам значно нижчий ніж в аналогічних за-



кордонних засобів розміщення. Крім того, високий сезон в Україні триває менше, ніж, наприклад, у Туреччині чи Єгипті. Цінова політика туроператорів при формуванні внутрішніх турів провадиться в більш жорстких умовах і зазвичай передбачає незначну комісійну винагороду для агентств (від 3 до 8% від вартості), в окремих випадках ціна вказується «нетто», тобто взагалі не передбачає комісійних винагород. Для порівняння при продажі турів за кордон турагентство мінімум заробляє 10%* від повної вартості путівки (тобто з урахуванням не тільки розміщення та харчування, а і транспортних послуг). Таким чином, зацікавленість турагенцій у продажі турів Україною зменшується пропорційно зменшенню розміру винагороди. Більш того, поняття внутрішнього турпродукту є досить розмитим, принаймні не передбачає транспортного обслуговування. А за суттю, у більшості випадків становить простий перепродаж окремих послуг конкретного постачальника, наприклад, бази відпочинку, санаторію тощо. Таким чином, при організації внутрішніх турів туроператор втрачає свою основну функцію – формування турпродукту і виступає у ролі додаткового посередника між базою розміщення з одного боку та турагентством і туристом – з іншої. Таким чином, схематично систему продажу послуг розміщення туристам можна представити наступним чином (рис. 3.3).

Основна проблема полягає в тому, що ані база розміщення, ані туроператор не мають власної мережі кінцевих споживачів. Спілкування при продажі турів безпосередньо з туристом відбувається зазвичай в турагентстві. В окремих випадках власну базу туристів має і туроператор. Але один туроператор, не маючи власних філій та представництв, неспроможний охопити велику територію, тому послуги турагентств є дуже актуальними та необхідними при продажі таких турів. Проте, законодавство не забороняє турагентствам продавати послуги окремих постачальників туристських послуг без формування туристського продукту.

* Питання надання комісійної винагороди розглянуто в підрозділі 3.1.5



- > Система продажу , що найбільш використовується
-> Система продажу, що використовується рідко
-> Перспективна система продажу

Рис. 3.3 – Система продажів послуг розміщення

3.1.5 Бонусні та комісійні програми туроператорів. Турфірми-консолідатори

Турагентства, здійснюючи продаж путівок, отримують від туриста фактичну вартість туру у повному обсязі. Але, якщо розглядати ці суми з погляду фактичного доходу турагентства, то, за суттю, більша частина цих надходжень є транзитною сумою, що далі перераховується турагенцією оператора за виключенням комісійної винагороди.



Розглянемо основні підходи щодо нарахування комісійних винагород. Переважна більшість туроператорів вказує вартість свого турпродукту вже з урахуванням комісійної винагороди, хоча за певних обставин туроператор може надавати ціни на пакети або окремі послуги без агентської винагороди. Такі ціни отримали назву «*ціни нетто*».

Безпосередньо принципи нарахування комісійної винагороди можуть відрізнятися як у окремих туроператорів, так і у окремих видів туроператорів. Зазвичай туроператори спеціалізованого ринку, що пропонують екскурсійні тури до Європи, надають агентствам фіксовану комісію, яка визначається для проданих путівок певного цінового діапазону (наприклад, якщо вартість туру складає 201 – 300 євро, комісія визначається на рівні 50 євро; для турів вартістю 301 – 500 євро комісія складає 70 євро тощо). Туроператори масового ринку, а також оператори, що здійснюють власні чартерні програми визначають розмір комісійної винагороди як певний відсоток від вартості туру. Якщо ж туроператор спеціалізується на організації турів до екзотичних країн або маловідомих курортів, де для організації туристів потрібно окремо бронювати авіаквитки на регулярні рейси, то різна за розміром комісія може пропонуватися за наземне обслуговування, тобто проживання в готелі, харчування, трансфер (наприклад, 10 %), та окремо за авіаквитки (наприклад 7 %). Можуть бути і інші пропозиції туроператорів щодо комісійної винагороди за продаж таких турів.

Крім того, слід зазначити, що окрім комісійної винагороди, оператори можуть пропонувати різноманітну кількість бонусних програм з метою збільшення зацікавленості агентства у співпраці з конкретним туроператором.

Додаткові бонуси можуть нараховуватися в наступних випадках:

✓ за певний обсяг продажу (чим більше туристів відправляє агентство через конкретного туроператора, тим більше додаткових бонусів воно зможе отримати, хоча в цьому випадку туроператор може потребувати



від агентства підтримувати певний рівень активної співпраці, наприклад, відправляти кожного місяця обумовлену кількість туристів);

- ✓ за раннє бронювання, тобто за бронювання турів за умови їх повної оплати за тривалий час до їх початку (наприклад, за 21 день або за 4 тижні);

- ✓ за онлайн-бронювання; в цьому випадку на менеджера, що зробив резервацію лягає повна відповідальність за правильність заповнення вихідних даних туристів, що певною мірою полегшує роботу туроператорів порівняно із бронюванням факсом або електронною поштою і значно прискорює процес відправки інформації щодо бронювання і її підтвердження (бонуси в такому випадку можуть коливатися від 2 у.о. до 2% від вартості туру, хоча є багато прикладів, коли туроператори взагалі не надають за он-лайн бронювання додаткові бонуси);

- ✓ за бронювання груп туристів, при умові бронювання групи туристів на одну дату, один і той же рейс, в один готель; при цьому під групою туристів туроператори розуміють групи від 20 осіб;

- ✓ за бронювання певних готелів (зазвичай VIP-класу, або базових готелів, з якими у туроператорів укладені договори про жорстку квоту місць);

- ✓ для автобусних турів до Європи додаткові бонуси можуть нараховуватися за наявність діючих віз у туристів

- ✓ в інших випадках.

Крім того, варто відзначити, що бонуси можуть надаватися у вигляді:

- ✓ додаткових відсотків до базової комісійної винагороди;

- ✓ фіксованих сум, які відразу зараховуються при оплаті турагентством проданого туру;

- ✓ фіксованих сум, що накопичуються протягом певного часу, а потім можуть бути використані агентством для оплати турів;

- ✓ бонусів, які потім можна бути обміняти на подарунки з каталогів, або на подарункові грошові картки певних магазинів;

- ✓ балів, які надають можливість менеджеру турфірми сплачувати



вартість туру за умови його придбання для себе і своєї родини;

- ✓ безкоштовних авіаквитків, або повних пакетних турів;
- ✓ права на безкоштовну участь у рекламних (інформаційних) турах або у вигляді грошової компенсації за попередньо сплачені рекламні тури;
- ✓ значних знижок для менеджерів турфірм при купівлі турів для себе (наприклад, 50 % від вартості при придбання автобусного туру до Європи);
- ✓ спільної реклами туроператора і турагента, або зазначення останнього на сайті туроператора і в друкованих виданнях у якості офіційного партнера чи офіційної точки продажу;
- ✓ лайтбоксів с можливістю нанесення логотипів турагентів поруч із логотипами туроператорів;
- ✓ в інших випадках.

Використовуючи весь спектр перерахованих вище засобів заохочення туроператори мали на меті сформувати мережу найбільш потужних турагентств, що були б лояльними до конкретного туроператора і намагалися співпрацювати переважно лише з ним. Але, насправді, це призвело до появи турагентів-консолідаторів, які стали додатковим посередником на ринку туристичних послуг, посівши місце між туроператором і турагентом. Фактично було сформовано наступну систему роботи на ринку: консолідатори, виконавши певний обсяг продажів, отримали додаткові відсотки до базової комісійної винагороди, але були неспроможні забезпечити подальшого зростання обсягів виключно за рахунок власної клієнтської бази, а найголовніше – постійну підтримку підвищеного відсотка за рахунок обов'язкових мінімальних обсягів продажу, що обумовлюється договорами про співпрацю (розділ 3.1.4). Задля виконання достатньо жорстких умов туроператорів консолідатори почали формувати власні агентські мережі. З метою залучення турагентства до співпраці консолідатори пропонують агенціям більш високий відсоток комісійної винагороди, ніж надають туроператори (рис. 3.4).

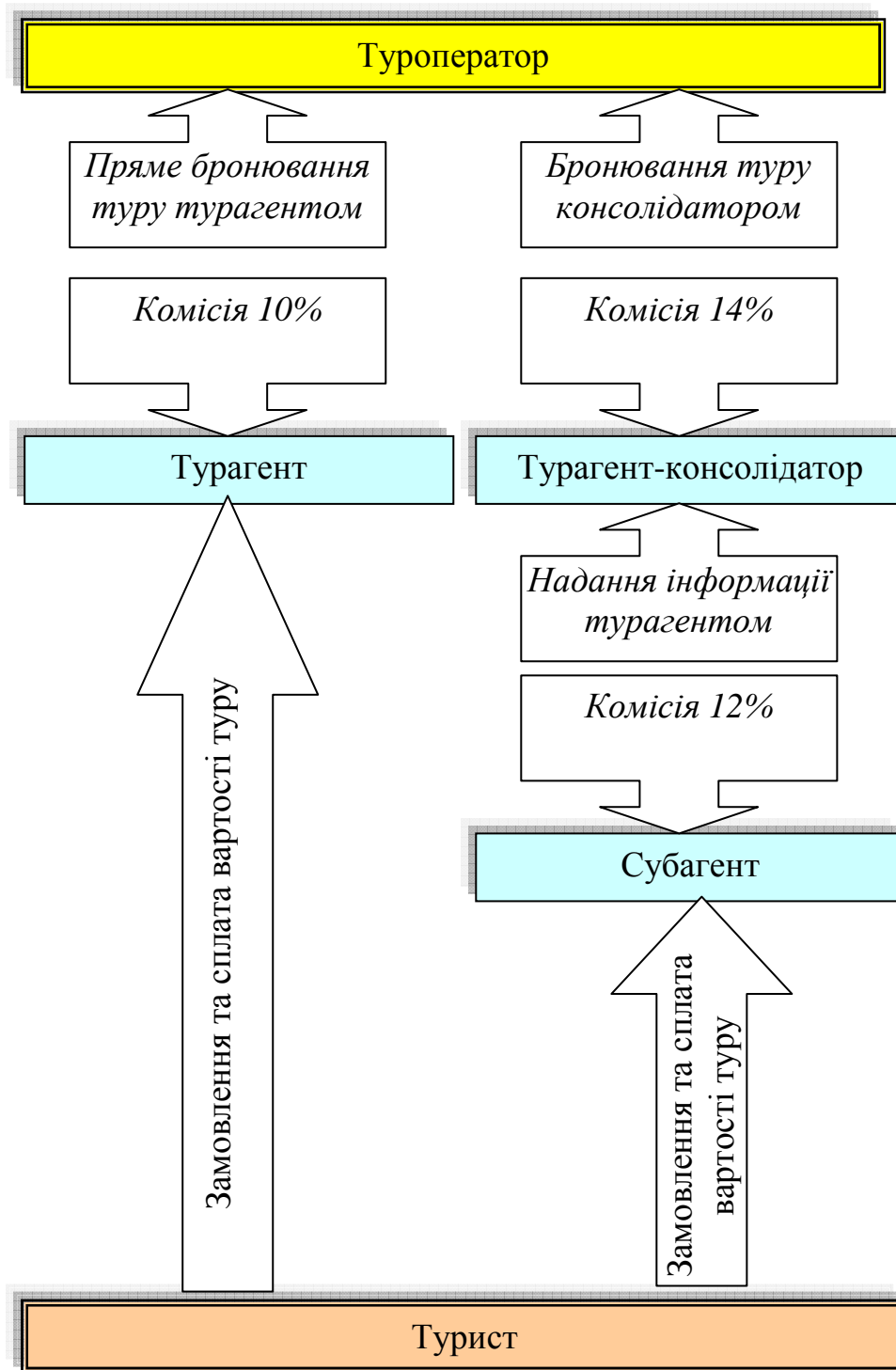


Рис. 3.4 – Принципи роботи турагентів-консолідаторів

В умовах, що на той час сформувалися (2007 – 2008 рр.), це було абсолютно можливим. Туроператор надавав новоутвореним, а також невеликим агентствам мінімальний відсоток комісійної винагороди (для туроператорів масового ринку він зазвичай складав 10%), у той же час консолідатори вже мали значно більший розмір комісії, як правило на рівні 14%. Це



надавало їм можливість запропонувати невеликим агентствам більш високий відсоток порівняно з тим, що надавали туроператори. Фактично спілкування з туристами, надання їм інформації про тури, пошук турів тощо, здійснювалися безпосередньо у турагентстві. Далі агентство, що в цьому випадку, виступало в якості субагента, надавало потрібну інформацію (прізвища, імена та паспортні дані туристів, інформацію про обраний тур тощо) консолідатору, який і здійснював безпосередньо бронювання туру. Надання вищезазначеної інформації відбувалося у будь-який зручний для обох сторін спосіб (електронною поштою, ICQ тощо). Зазвичай як надання інформації та передача коштів, так і бронювання турів не мало офіційного документального закріплення і базувалося переважно на партнерських домовленостях. Хоча деякі консолідатори зробили певні кроки вперед у такій роботі, створивши власну систему бронювання, яка генерувала інформацію із систем бронювання туроператорів, була більш зручною у використанні: для пошуку туру потрібно було значно менше часу.

Але сформована таким чином система роботи на туристському ринку мала певні недоліки, які стосувалися усіх суб'єктів туристичного ринку. Переважна більшість невеликих агентств взагалі відмовилася від самостійної роботи, а здійснювала бронювання турів за допомогою консолідаторів. Туроператори, в свою чергу, змушені були сплачувати підвищені відсотки, адже фактично заявки надходили саме від тих агентств, що мали більш високу комісійну винагороду. Це призводило до того, що доходи туроператорів почали зменшуватися при практично незмінних продажах і відсутності позитивної динаміки щодо розвитку нових агентств. В цій ситуації також у достатньо ризикованому становищі опинялися і туристи, адже фактично їм було невідомо, через яке агентство було заброньовано їх тур і у разі неприємностей задля розв'язання проблем формувався досить великий інформаційний ланцюг: турист – субагент – турагент – туроператор – турагент – субагент – турист.

Серед негативних аспектів також можна визначити те, що на ринку



відбувалася боротьба за клієнтів не на конкурентній основі: за рахунок надання надзвичайно великих знижок. Формально, ціноутворення є прерогативою туроператору, більш того, ціни, що оприлюднені на сайті туроператорів, є однаковими для туристів незважаючи від місця придбання путівки, тобто агентства. Агентство мало можливість надавати знижку за рахунок лише власної комісійної винагороди, причому в агентських договорах туроператори зазвичай офіційно обмежували рівень знижок на рівні п'яти відсотків. Одночасно за умови бронювання турів через консолідаторів турагентства більш активно стали використовувати знижки для залучення туристів, причому підвищена комісія від консолідаторів залишала можливість збільшувати рівень знижок.

Така ситуація не влаштовувала туроператорів і з метою боротьби з консолідаторами та принципами їх роботи, найбільші туроператори масового ринку почали впроваджувати певні заходи. Починаючи з вересня 2009 року туроператори масового ринку в односторонньому порядку змінили умови дії комісійних програм для турагентств, зменшивши розмір комісійної винагороди на 2-3% та збільшивши кількісні показники з продажу турів для отримання підвищеної комісії. Але незважаючи на це, консолідатори продовжували активно співпрацювати із субагентами заохочуючи їх, як і раніше, більш привабливим відсотком комісійної винагороди. Прихованими консолідаторами продовжували залишатися франчайзингові мережі, адже агентства, які в них входять, спільно працюють на збільшення загальної кількості туристів і підвищення таким чином розміру відсотку винагороди.

Наступним етапом стало впровадження з 2 квітня 2010 року єдиного для всіх агентств розміру комісійної винагороди незважаючи на обсяги продажів – 10% (для туроператорів масового ринку). Одночасно існуючі консолідатори, що раніше заохочували турагентства до співпраці за рахунок не тільки підвищених відсотків комісії, а і зручності у використанні власних систем пошуку та бронювання турів, тепер стали пропонувати



подальше платне використання таких систем як допоміжного засобу у пошуку турів (приклади таких систем пошуку будуть розглянуті у наступному розділі).

3.1.6 Системи пошуку та бронювання турів туроператорів масового ринку

Більшість провідних туроператорів після укладання агентських договорів з турагентами надають останнім можливість бронювання турів в он-лайн режимі безпосередньо на сайті туроператора. Для цього турагентству надаються логін і пароль, під якими надалі здійснюється робота. Логін і пароль є секретною інформацією, адже бронювання в он-лайн режимі дорівнюється звичайному бронюванню (з підписом та печаткою) і в разі відмови від заброньованих послуг на турагентство накладаються штрафні санкції, згідно із договором. Для початку роботи необхідно зайти на сайт конкретного туроператора. Розглянемо принципи пошуку та бронювання турів на сайті одного із туроператорів (рис. 3.5).

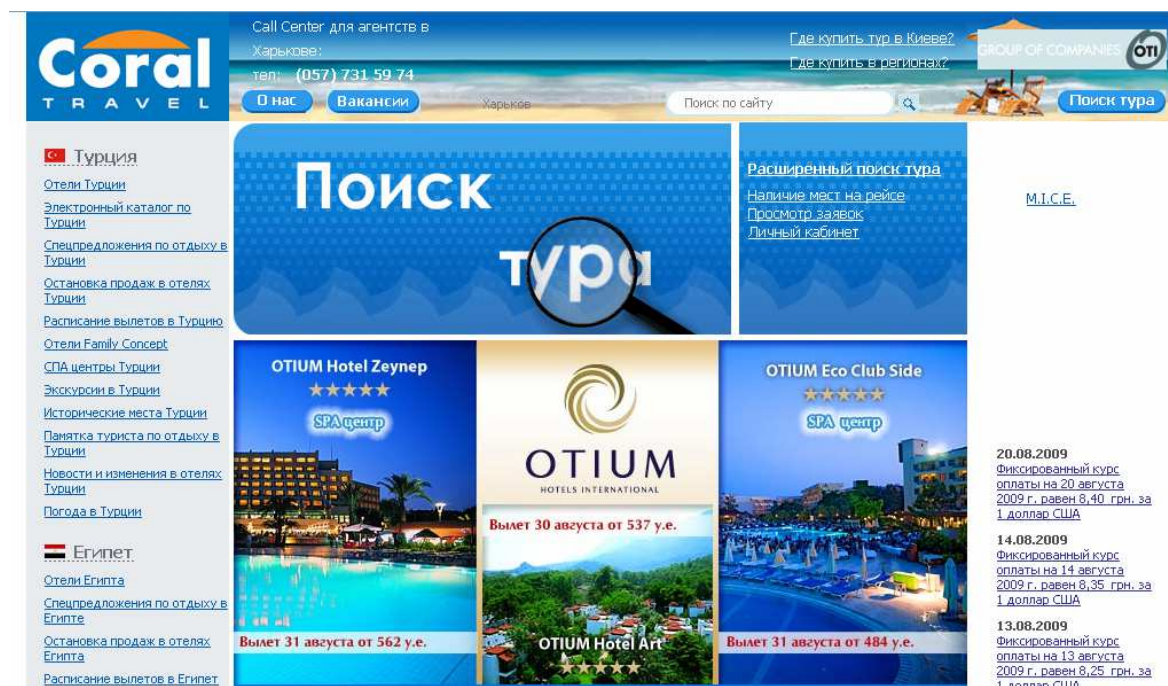


Рис. 3.5 – Загальний вигляд сайту туроператора «Корал-трэвел»



Для онлайн пошуку туру і його подальшого бронювання необхідно натиснути «Розширений пошук туру»

У вікні, що відкрилося, необхідно заповнити поля для пошуку туру (рис. 3.6).

Рис. 3.6 – Система розширеного пошуку турів виробництва компанії «Само-СОФТ» (на прикладі сайту туроператора «Корал-тревел»)

Чим більш повно будуть заповнені всі поля, тим більше чіткий результат буде виданий системою.

Зокрема необхідно визначити:

- ✓ місто вильоту;
- ✓ країну відпочинку;
- ✓ дати;
- ✓ регіон;
- ✓ категорію готелю;
- ✓ вид харчування;
- ✓ тривалість туру;
- ✓ кількість туристів (якщо серед туристів є діти, необхідно вказати



вік дитини, оскільки це також впливає на остаточну вартість);

✓ готель або декілька готелів (якщо для туристів не принциповий конкретний готель, то можливо позначити «Будь-який готель»);

✓ обов'язково відзначити «готель не в стопі» і «є авіаквитки» (у цьому випадку в результаті пошуку система видасть тільки готелі, доступні для бронювання).

Після заповнення всіх граф, натиснути кнопку «Шукати тури»

Результат буде виданий таким чином (рис. 3.7):

Поиск тура

город вылета: Kharkov, туры в страну: Turkey, вылет от: 30.08.2009, вылет до: 30.08.2009

любой регион, любая категория отеля, любой тип питания

любой отель | быстрый поиск отеля | отель не в стопе | есть авиабилеты

список всех отелей: ADAM & EVE HOTELS 5*DeLuxe, ADORA GOLF RESORT HOTEL 5*, AK-KA HOTELS ANTEDON GARDEN 5*, AK-KA HOTELS KIRIS ALINDA BEACH 5*, AK-KA PARK CLAROS 4*

Искать туры

Везд	ТУР/Программа	Ночей	Гостиница	Питание	Номер/Размещение	Цена	Тип цены	Эконом	Бизнес
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	AK-KA PARK CLAROS 4*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/LAND VIEW/2 ADL + 1 CHD (2-6)	1427 USD	365HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	SINTRA HOTEL 4*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/2 ADL + 1 CHD (2-6)	1428 USD	366HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	AQUABELLA BEACH HOTEL 4*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM (ROH)/2 ADL + 1 CHD (2-9)	1434 USD	363HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	MAGIC SUN HOTEL 4*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/2 ADL + 1 CHD (2-12)	1450 USD	359HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	SUMMERY HOTEL 4*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/2 ADL + 1 CHD (2-7)	1463 USD	329HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	ESEM GARDEN 4*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/2 ADL + 1 CHD (2-6)	1496 USD	357HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	MAGIC HOTEL 4*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/2 ADL + 1 CHD (2-7)	1535 USD	331HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	LIMS BONA DEA BEACH 4**	ALL INCLUSIVE	ECONOMY ROOM/2 ADL + 1 CHD (2-6)	1559 USD	366HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	KEMER BEACH HOTEL 5*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/2 ADL + 1 CHD (2-12)	1574 USD	364HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	POSEIDON BEACH CLUB HVZ	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/2 ADL + 1 CHD (2-12)	1588 USD	328HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	GRAND LUXULUS 4*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/2 ADL + 1 CHD (2-7)	1594 USD	330HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	AQUABELLA BEACH HOTEL 4*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM (ROH)/DBL+EXB	1602 USD	363HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	L'ANCORA BEACH HOTEL 4*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/2 ADL + 1 CHD (2-7)	1603 USD	363HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	MAGIC SUN HOTEL 4*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/DBL+EXB	1606 USD	359HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	ASTORIA HOTEL & SPA 4*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/2 ADL + 1 CHD (2-7)	1607 USD	363HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	SUMMERY HOTEL 4*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/DBL+EXB	1624 USD	329HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	SINTRA HOTEL 4*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/DBL+EXB	1632 USD	366HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	GRAND RING HOTEL 5*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM/2 ADL + 1 CHD (2-12)	1635 USD	365HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	AK-KA PARK CLAROS 4*	ALL INCLUSIVE	STANDARD ROOM (ROH)/2 ADL + 1 CHD (2-6)	1641 USD	337HRK-AYT	>>	<<
30.08.2009, Bc	Antalya (Kharkov)	7	AQUABELLA BEACH HOTEL 4*	ALL INCLUSIVE	FAMILY ROOM/2 ADL + 1 CHD (2-12)	1660 USD	363HRK-AYT	>>	<<

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11

© 1994-2009 Coral Travel

Рис. 3.7 – Приклад результату пошуку турів згідно з заданими параметрами

Натиснувши на ціну обраного туру, можна перейти безпосередньо



до його бронювання. Проте перед бронюванням необхідно пройти авторизацію (рис. 3.8), тобто ввести логін і пароль, про що говорилося вище. Персональний логін і пароль:

- ✓ використовують для авторизації;
- ✓ дають можливість бронювати тури;
- ✓ самостійно контролювати хід підтвердження тощо.

The screenshot shows the Coral Travel website interface. At the top, there is a header with the Coral Travel logo and contact information for the Call Center in Kyiv. Below the header, there is a navigation bar with links like 'О нас', 'Вакансии', and a search bar for 'Город вылета: Киев'. The main content area features a sidebar with links for searching tours, special offers, and agent services. The central part of the page displays a login form for agents, titled 'Для агентств'. The form includes fields for 'Краткое имя' (Short name) and 'Пароль' (Password), a 'Вход' (Login) button, and a 'Регистрация' (Registration) link. The footer contains the copyright information: '© 1994-2009 Coral Travel'.

Рис. 3.8 – Приклад авторизації турагентства на сайті туроператора

При заповненні необхідно звернути увагу на наступне (рис. 3.9):

- ✓ прізвище і ім'я туриста набираються прописними (заголовними) латинськими літерами, так як це вказано в закордонному паспорті;
- ✓ обов'язкові до заповнення дата видачі і термін дії паспорта (це важливо, оскільки багато країн виставляють вимоги до терміну дії паспорта після закінчення поїздки);
- ✓ дата народження (це важливо для правильного визначення ціни, якщо в поїздці є діти і підлітки, а також для визначення вартості страховки, якщо в поїздку вирушають пенсіонери);
- ✓ за наявності декількох авіарейсів одного оператора в один день за одним напрямом, можливий вибір зручнішого рейсу, при цьому, як правило, оператори не схвалюють вибір рейсів для одного туру різних авіа-



компаній і можуть самостійно їх змінити в межах дати вильоту або дати прильоту;

Call Center для агентств в Києві:
тел.: (044) 495 00 60
факс: (044) 495 82 80

Для частних лиц:
тел.: (044) 495 82 82

[Где купить в Киеве?](#)
[Где купить в регионах?](#)

GROUP OF COMPANIES

[О нас](#)

[Вакансии](#)

Город вылета: Київ

[Поиск тура](#)

Вы авторизованы в системе как Турагент «TONKOSHKUR FOP»

[Покинуть систему](#)

Тур

Описание тура	СПО	Страна	Продолжительность	ночей	Примечание
Antalya (Kharkov)	366HRK-AYT	Турция	30.08.2009—06.09.2009	7	SPECIAL OFFER!!!! 3-21 НОЧЕЙ!!!

Транспорт

Эконом

Рейс	Дата	Кол-во
7W 7741 [Харьков HRK 05:30 – Анталья AYT 08:00] [ЭКОНОМ] (Места: есть)	30.08.2009	3
7W 7742 [Анталья AYT 09:00 – Харьков HRK 11:30] [ЭКОНОМ] (Места: есть)	06.09.2009	3

Проживание

Гостиница	Город	Номер	Размещение	Питание	Период проживания
SINATRA HOTEL 4*	Kemer	STANDARD ROOM	2 ADL + 1 CHD (2-6)	ALL INCLUSIVE	30.08.2009—06.09.2009

Страховки

Название	Страна	Период	Количество
KREMEN	Турция	30.08.2009—06.09.2009	3

Дополнительные услуги

Трансфер

☒ GROUP TRANSFER A/P-HOTEL-A/P (ANTALYA)

Туристы

Информация о туристе 1

Персональная информация

MR/MRS/CHD/INF MRS

Пол ☐ Муж. ☒ Жен.

Фамилия

Имя

Дата рождения

Страна рождения

Заграничный паспорт

Серия паспорта

Номер паспорта

Действителен до

Паспорт выдан

Кем выдан

Гражданство Украина

Информация о туристе 2

Персональная информация

MR/MRS/CHD/INF MRS

Пол ☐ Муж. ☒ Жен.

Фамилия

Имя

Дата рождения

Страна рождения

Заграничный паспорт

Серия паспорта

Номер паспорта

Действителен до

Паспорт выдан

Кем выдан

Гражданство Украина

Информация о туристе 3

Персональная информация

MR/MRS/CHD/INF CHD

Пол ☐ Муж. ☒ Жен.

Фамилия

Имя

Дата рождения

Страна рождения

Заграничный паспорт

Серия паспорта

Номер паспорта

Действителен до

Паспорт выдан

Кем выдан

Гражданство Украина

Дополнительно

Примечание к заявке

Цена 1428 USD

[Детали](#)

Пересчитать

Бронировать

© 1994-2009 Coral Travel

Рис. 3.9 – Форма для оформлення заявки для бронювання турів на сайті туроператора «Корал-трєвел»

136



- ✓ можливий вибір групового або індивідуального трансферу;
- ✓ якщо в поїздку разом з батьками відправляється дитина до двох років, то вона вноситься до заявки, як інфант, без надання додаткового місця в літаку і в готелі. Вартість путівки в такому разі збільшується не більш, ніж на 40-60 у.о.
- ✓ якщо на запропонований тур передбачені акції туроператора для турагентів, менеджерів турагентств або туристів або додаткові відсотки до комісії (наприклад, за раннє бронювання), необхідно це вказати в «Коментарі», там же обов'язково вказуються побажання туристів, які не є обов'язковими до виконання туроператором або приймаючим готелем (наприклад, французьке ліжко).

Після заповнення всіх полів необхідно натиснути кнопку «Бронювати».

Аналогічна система бронювання є найбільш поширеною на вітчизняному ринку турпослуг і застосовується багатьма туроператорами, наприклад, «Анекс-тур», «Ньюс-трел», «Проланд», «Тезтур», «Пегас туристик» та інші.

Менш поширеними є системи, що використовуються такими туроператорами як Туртесс трел, Музенідіс, Пан Україн та іншими. Менш поширеним вважається програмний продукт «Мастер-Web», загальний вигляд системи пошуку представлений на рис. 3.10.

Рис. 3.10 – Система онлайн пошуку та бронювання турів «Мастер-Web» (на прикладі сайту туроператора «Музенідіс»)



Також туроператори намагаються пропонувати і власні розробки систем пошуку та бронювання турів (рис. 3.11).

Вы не авторизовались | Войти

TURTESS ONLINE Поиск туров

Чартер из Киева на **НОВОМ** Boeing 737-800

На сайте: www.turtess.com | Наличие мест: [авиарейсы](#) | [отели](#) | [трансферы](#) | [Поиск туров](#) | [Индивидуальный расчет тура](#) | Остановка продаж: [аэро](#) | [отели](#) | Работа с заявками | Регистрация

Новые функции | Помощь / Инструкции | Не работает / Сообщить об ошибке | Отзывы / Предложения

Вылет из: ☐ Все ☒ Киев ☐ Запорожье ☐ Львов ☒ Харьков ☐ Донецк ☐ Одесса | Заезд: 04.09.2009 +/- 5 дн. [?] | Цена от 0 до \$

Страны: ☐ Все ☒ Египет ☐ Турция ☐ Таиланд ☐ ОАЭ | Ночи: ☐ Все ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☒ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 ☐ 11 ☐ 12 ☐ 13 ☐ 14 ☐ 15

Прилет в: ☐ Все ☒ Таба ☐ Хургада ☐ Шарм Эль Шейх ☐ Анталья ☐ Бодрум ☐ Даламан ☐ Дубай ☐ Бангкок | Взрослых: 2 | Детей: 0

Звезды: ☐ Все ☐ 2* ☐ 2+ ☐ 3* ☐ 3+ ☒ 4* ☒ 4+ ☐ 5* ☐ NV ☐ NV1 ☐ NV2 ☐ SC | Питание: ☐ Все ☐ BB ☐ HB ☐ FB ☒ AI ☐ LAL ☐ RO [?]

Курорт: ☒ любой | Отель: ☒ любой | Фильтр для списка отелей: | Тип номера: Любый тип номера

Выводить по: 50 результатов на странице

☒ Только доступные туры [?] | Найти

Удерживайте нажатой клавишу Ctrl, чтобы выделить несколько отелей или курортов

НАШИ ПРОЕКТЫ | РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ОТЕЛИ

Turtess Partner - уполномоченные агентства
Turtess Estate - недвижимость за рубежом
Turtess TV - видео отелей и экскурсий

RIXOS HOTELS | GLORIA HOTELS & RESORTS | CORNELIA | SUSSESI | PAPILLON HOTELS | A.S.S.A. | BARON Hotels & Resort

Всего найдено: 2552 [?] | Следующая страница >>

№	Даты тура туда - обратно	Вылет	Курорт	Отель	Ночи	Размещение	Номер	Питание	Цена за номер	Наличие мест	Источники цены			
									\$	грн.	Авиа »	Авиа «	Отель	
1	09.09 - 16.09	Киев, 22:00	Хургада	King Tut 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1177	9 945.65	+	+	+	SPO KBP HRG 093
2	03.09 - 10.09	Киев, 22:00	Хургада	King Tut 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1177	9 945.65	+	+	+	SPO KBP HRG 093
3	05.09 - 12.09	Киев, 22:30	Хургада	King Tut 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1177	9 945.65	+	+	+	SPO KBP HRG 093
4	02.09 - 09.09	Киев, 22:00	Хургада	King Tut 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1177	9 945.65	+	+	+	SPO KBP HRG 093
5	02.09 - 09.09	Киев, 22:00	Хургада	Minamark 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1177	9 945.65	+	+	+	SPO KBP HRG 107
6	03.09 - 10.09	Киев, 22:00	Хургада	Minamark 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1177	9 945.65	+	+	+	SPO KBP HRG 107
7	03.09 - 10.09	Киев, 22:00	Хургада	Princess Palace 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1178	9 954.10	+	+	+	SPO KBP HRG 095
8	02.09 - 09.09	Киев, 22:00	Хургада	Princess Palace 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1178	9 954.10	+	+	+	SPO KBP HRG 095
9	03.09 - 10.09	Киев, 22:00	Хургада	Elysées Hotel 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1178	9 954.10	+	+	+	SPO KBP HRG 095
10	02.09 - 09.09	Киев, 22:00	Хургада	Elysées Hotel 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1178	9 954.10	+	+	+	SPO KBP HRG 095
11	02.09 - 09.09	Киев, 22:00	Хургада	Princess Palace 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1178	9 954.10	+	+	+	SPO KBP HRG 107
12	03.09 - 10.09	Киев, 22:00	Хургада	Princess Palace 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1178	9 954.10	+	+	+	SPO KBP HRG 107
13	02.09 - 09.09	Киев, 22:00	Хургада	Elysées Hotel 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1178	9 954.10	+	+	+	SPO KBP HRG 107
14	03.09 - 10.09	Киев, 22:00	Хургада	Elysées Hotel 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1178	9 954.10	+	+	+	SPO KBP HRG 107
15	05.09 - 12.09	Киев, 22:30	Хургада	Minamark 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1197	10 114.65	+	+	+	SPO KBP HRG 107
16	09.09 - 16.09	Киев, 22:00	Хургада	Minamark 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1197	10 114.65	+	+	+	SPO KBP HRG 107
17	09.09 - 16.09	Киев, 22:00	Хургада	Princess Palace 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1198	10 123.10	+	+	+	SPO KBP HRG 095
18	05.09 - 12.09	Киев, 22:30	Хургада	Princess Palace 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1198	10 123.10	+	+	+	SPO KBP HRG 095
19	05.09 - 12.09	Киев, 22:30	Хургада	Elysées Hotel 4*	7	2Ad	Standard Room	AI	1198	10 123.10	+	+	+	SPO KBP HRG 095

Рис. 3.11 – Система пошуку і приклад результатів пошуку турів на сайті туроператору «Туртесс-трэвел»

Окремо слід зазначити про активну роботу на українському ринку турфірм-консолідаторів – це, по суті, посередники між туроператорами та турагентами, які звичайно можуть запропонувати турагентові більш вигідні та комфортні умови ніж безпосередньо туроператор. Здійснюють вони це за рахунок спеціальних умов, що надають їм туроператори, формуючи таким чином власну збутову мережу. Сайти таких компаній також містять власні системи пошуку та бронювання турів, в яких згенеровано пропозиції багатьох туроператорів, що відображаються у результатах пошуку (рис. 3.12).

Рис. 3.12 – Приклад системи пошуку та бронювання турів на сайті турфірми-консолідатора

За договором про туристичне обслуговування одна сторона (туроператор, турагент) за встановлену договором плату зобов'язується забезпечити надання на замовлення іншої сторони (туриста) комплексу туристичних послуг (туристичний продукт).

Договір про туристичне обслуговування укладається в письмовій або електронній формі відповідно до Закону України «Про туризм». *Договір про туристичне обслуговування може укладатись шляхом видачі ваучера.*

139



=====
ням туроператора і повинен містити інформацію про туроператора (найменування, місцезнаходження, номер ліцензії, телефон тощо).

При формуванні групи туристів туроператор (турагент) повинен укласти договір окремо з кожним туристом.

Якщо до складу групи входять неповнолітні діти, договір укладається між туроператором (турагентом) та їх батьками або законними опікунами. У разі, якщо замовником туристичних послуг є юридична особа, договір з кожним туристом не укладається. У разі колективної заявки від юридичних осіб можливе укладання угоди між туроператором (турагентом) та юридичною особою, що замовила туристичне обслуговування.

Договір про туристичне обслуговування повинен відповідати вимогам статті 20 Закону України «Про туризм».

Договір про туристичне обслуговування може включати й іншу інформацію про умови обслуговування, що не суперечить положенням Закону України «Про туризм».

Турист має право відмовитися від виконання договору до початку подорожі за умови оплати туроператору і/або турагенту фактично зазначених ними витрат за послуги, надані до цього рішення туриста.

Туроператор або турагент має право відмовитися від виконання договору лише за умови повного відшкодування замовникові збитків, підтверджених у встановленому порядку та заподіяних унаслідок розірвання договору, крім випадку, коли це відбулося з вини туриста.

Якість туристичних послуг повинна відповідати умовам договору, порядок і способи захисту порушених прав туристів визначаються законодавством про захист прав споживачів.

Туроператор або турагент можуть в договорі з туристом обмежити свою відповідальність розміром подвійної вартості туристичного продукту (туристичних послуг), якщо туроператор або турагент несе перед туристом одноособову відповідальність за шкоду, що виникла внаслідок дій (бездіяльності) одного з виконавців послуг, обумовлених договором.



При реалізації туристичного продукту через турагента туроператор повинен укласти з турагентом відповідний агентський договір у письмовій формі. Права, обов'язки, відповідальність сторін та інші умови договору між туроператором і турагентом визначаються загальними положеннями про агентський договір, якщо інше не передбачено договором між ними, а також Законом України «Про туризм».

При реалізації послуг з тимчасового розміщення та харчування на території України туроператори і турагенти повинні укладати договори про співробітництво із засобами розміщення та закладами ресторанного господарства, які пройшли обов'язкову сертифікацію на відповідність вимогам безпеки, згідно з Переліком продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні, затвердженим наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 01.02.2005 № 28, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 04.05.2005 за № 466/10746 (із змінами).

Між туроператором та іноземними партнерами – нерезидентами України укладаються відповідні договори (контракти) про співробітництво щодо надання туристичних послуг у письмовій формі згідно з нормами чинного законодавства України.

Страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) є обов'язковим і забезпечується туроператором (турагентом) на основі угод із страховиками, які мають необхідну ліцензію, за умови письмової заяви туриста і за ціною не вищою, ніж середня ціна на ринку.

Туристи укладають договори страхування з будь-якою обраною ними страховою компанією, яка має відповідну ліцензію, та зобов'язані завчасно підтвердити туроператору (турагенту) наявність належним чином укладеного договору страхування.

Туроператор і турагент повинні надавати туристам необхідну та достовірну інформацію про туристичні послуги, права, обов'язки та правила поведінки туристів, умови страхування, порядок відшкодування завданих



збитків, умови відмови від послуг, правила візового та митного режиму, перетину державного кордону та іншу інформацію, передбачену чинним законодавством України.

Туроператор установлює ціну на туристичні послуги, точно виконує програму туристичного обслуговування та надає своєчасну інформацію (туристам або турагентам) про всі зміни, що вносяться до програми туристичного обслуговування.

Турагент отримує від туроператорів інформацію про туристичний продукт, наявність сертифікації готельних послуг та послуг харчування, програму туристичного обслуговування та надає об'єктивну інформацію споживачам послуг (туристам).

Туроператор і турагент мають право:

✓ змінювати ціну туристичного продукту, погоджену сторонами, лише у випадках, передбачених договором, і тільки при істотній зміні обставин (погіршення умов подорожі; зміна термінів подорожі; непередбачене збільшення транспортних тарифів; введення нових або підвищення діючих ставок податків і зборів та інших обов'язкових платежів; різка зміна курсу національних валют; інші підстави за письмовою домовленістю сторін), але не пізніше ніж за 10 днів до початку туристичної подорожі у випадку, якщо її тривалість становить більше ніж 10 днів, за 5 днів до початку туристичної поїздки у випадку, якщо її тривалість становить від 2 до 10 днів, за 48 годин до початку туристичної поїздки у випадку, якщо її тривалість становить один день;

✓ збільшувати ціну туристичного продукту, не перевищуючи 5 відсотків від його первісної ціни. У разі перевищення ціни туристичного продукту більше ніж на 5 відсотків від первісної вартості турист має право відмовитися від виконання договору, а туроператор (турагент) зобов'язаний повернути йому всі раніше сплачені кошти.



3.2 Страхування туристів

Вийжджаючи за кордон, турист у кожному разі опиняється в екстремальній ситуації: зміна клімату, хімічного складу води, інший режим харчування й безліч інших змін автоматично спричиняють певну небезпеку.

За кількістю страхових випадків серед вітчизняних туристів лідирують Єгипет і Туреччина. Найпоширеніший діагноз – гастроентерит (запальний процес шлунково-кишкового тракту), що пояснюється різкою зміною режиму харчування, але під нього звичайно «списують» і харчові отруєння, і діарею, і дизентерію. Друга за кількістю страхових випадків проблема відпочиваючих – це застуди у будь-яких формах і проявах. І, нарешті, травми, отримані в результаті недотримання правил безпеки під час катання на водних лижах, скутерах тощо, а також травми, отримані через неуважність при купанні в морі (уколи морського їжака), басейні.

Серед негативних тенденцій, характерних для туристів із всіх країн, варто виділити:

✓ по-перше, по всьому світу почали активно їздити люди похилого віку – це люди, що мають цілий «букет» хронічних захворювань. Вони прагнуть потрапити переважно саме до тих країн, клімат яких для них протипоказаний. Багато людей похилого віку їздять відвідати своїх дітей, що влаштувалися на іншому кінці світу, наприклад у США або Ізраїлі, а довгий переліт, зміна часового поясу, клімату, харчування для цих людей не проходить без проблем;

✓ по-друге – це мода возити на відпочинок дітей. Туристи все частіше беруть на відпочинок дітей двох – трьох років, а деякі «прогресивні» батьки намагаються взяти в поїздку й немовлят, при цьому не роблячи їм необхідних щеплень. Це можливо, коли путівки купуються до готелю категорії п'ять зірок, де харчування й умови проживання прийнятні для дитини. Але у дво-, тризірковому готелі умови можуть зовсім не підходити для малят. Нерідко проблеми страховиків пов'язані з непрофесіоналізмом



.....
супроводжуючого групу.

Зважаючи на вищесказане, страхування туристів під час подорожі є обов'язковим. Вартість страхового полісу залежить від ряду чинників:

- ✓ строку перебування за кордоном (строку дії договору);
- ✓ розміром страхової суми, тобто суми, в межах якої страхова компанія, згідно з умовами страхування, зобов'язана здійснити виплату у разі настання страхового випадку. В середньому рекомендована сума коливається в межах від 15000 до 30000 у.о.; для деяких країн, наприклад країн Америки, Океанії тощо, рекомендована сума становить 50000 у.о.^{*};

- ✓ наявністю і розміром франшизи, тобто тієї мінімальної суми, яка за умови, що стався страховий випадок сплачується застрахованою особою самостійно (зазвичай ця сума не перевищує 30 у.о.);

- ✓ використанням підвищуючих коефіцієнтів для окремих категорій громадян, для певних видів відпочинку або для конкретних країн. Наприклад, для людей віком від 60 до 75 коефіцієнт становить 2,0; для спортивного відпочинку коефіцієнт приймається на рівні 1,5; для країн Північної та Південної Америки, Океанії, Індії, Таїланду тощо коефіцієнт дорівнює 1,2;

- ✓ програми страхування. Зазвичай страхові компанії пропонують чотири програми страхування. У разі, коли стався страховий випадок туристові можуть надаватися різноманітні послуги: від елементарних медичних або супутніх медичних до консультаційно-юридичних, залежно від програми страхування. Найпростіша програма (позначається літерою «А») включає наступні послуги:

- послуги швидкої медичної допомоги;
- стаціонарне лікування (госпіталізація);
- використання необхідних медикаментів та медичного обладнання;
- екстрена стоматологічна допомога (на фіксовану суму до 100 –

^{*} 1 у.о. дорівнює тій валюті, в якій здійснено страхування особи (наприклад, для країн Європи, деяких азіатських і африканських країн – євро; для США, Канади, Австралії, деяких азіатських і африканських країн – долар). Під час страхування цю інформацію необхідно уточнювати



150 у.о.);

- невідкладна медична допомога до сьомого місяця вагітності;
- прокат милиць, інвалідних візків та інших медичних пристроїв і приладів згідно з призначенням лікаря;
- призначений лікарем ремонт окулярів, зіпсованих внаслідок нещасного випадку (на фіксовану суму до 50 у.о.);
- узгоджене із страховиком транспортування застрахованої особи в Україну замість лікування за кордоном;
- репатріація тіла застрахованої особи в разі її смерті до митного пункту України, визначеного страховиком;
- телефонні переговори застрахованої особи (страхувальника) із страховиком та/або із Асистансом (представником страхової компанії в країні відпочинку туриста) стосовно страхового випадку (на фіксовану суму до 10 у.о.);
- надання сім'ї застрахованої особи інформації про стан здоров'я (за вимогою застрахованої особи);
- страхування від нещасного випадку.

Програма «В» включає:

- послуги, передбачені Програмою А;
- амбулаторне лікування (медичний огляд лікарем);
- оплата призначених лікарем медичних препаратів та перев'язочних матеріалів;
- відвідування лікарем застрахованої особи за місцем її тимчасового знаходження;

Програма «С» включає:

- послуги передбачені, Програмами А і В;
- надання інформації щодо вибору кваліфікованого адвоката та інформаційної підтримки за законодавством України з юридичних питань, якщо під час подорожі за кордоном застрахованої особи в країні перебу-



вання буде порушено кримінальну чи адміністративну справу за скоєння ненавмисного злочину або правопорушення;

- сприяння у встановленні контактів з консульськими установами за кордоном;

- інформаційне сприяння оперативному переказу готівки з України (від родичів або довірених осіб застрахованої особи) до країни перебування, якщо під час подорожі у застрахованої особи виникає нагальна необхідність в отриманні додаткової суми грошей (виконання цього пункту здійснюється лише за умови дотримання сторонами законодавства в галузі валютного регулювання);

- сприяння у наданні дорожньої технічної допомоги;

- сприяння у наданні правового захисту у разі дорожньо-транспортної пригоди із участю застрахованої особи;

- організація доставки застрахованих осіб (водія та пасажирів) у разі дорожньо-транспортної пригоди або поломки за кордоном транспортного засобу, на якому подорожує застрахована особа, до місця призначення у країні перебування або повернення в Україну (на фіксовану суму до 200 у.о.);

- надання та оплата послуг іншого водія у випадку, якщо у застрахованої особи раптово виникла нездатність керувати транспортним засобом з медичних показань (на фіксовану суму до 200 у.о.);

- відшкодування витрат з буксування транспортного засобу, непридатного до руху, до найближчої станції технічного обслуговування або автостоянки (на фіксовану суму до 200 у.о.);

- відшкодування витрат, які понесла застрахована особа внаслідок випадкової поломки спортивного інвентаря, взятого нею на прокат у місці відпочинку (на фіксовану суму до 500 у.о.);

- відшкодування непередбачених витрат застрахованої особи з метою придбання предметів першої необхідності (одяг, взуття, предмети



гігієни) внаслідок втрати застрахованою особою власного багажу або його частини при повітряному перевезенні (у розмірі до 10 у.о. за один кілограм втраченого зареєстрованого багажу, але не більше ніж за 20 кілограмів);

- відшкодування непередбачених витрат застрахованої особи на оформлення тимчасових документів внаслідок втрати оригінальних (на фіксовану суму до 300 у.о.).

Програма «D» включає:

- послуги, передбачені програмами А, В і С;
- відшкодування застрахованій особі витрат на оренду (прокат) автомобіля класом не вище зіпсованого, на час ремонту, але не більше ніж на п'ять календарних днів у випадку непередбаченої поломки за кордоном легкового автомобіля, на якому подорожує застрахована особа;

- відшкодування витрат на проїзд близького родича до країни перебування застрахованої особи, якщо та знаходиться на стаціонарному лікуванні, та проживання у готелі не більше чотирьох діб з оплатою до 50 у.о. за добу;

- відшкодування витрат на переоформлення проїзних документів для дострокового повернення застрахованої особи в Україну з причин смерті її близького родича (на фіксовану суму до 100 у.о.);

- відшкодування витрат на проживання застрахованої особи у готелі терміном не більше чотирьох діб, після закінчення терміну дії договору страхування, з оплатою до 50 у.о. за добу, якщо її негайне повернення в Україну після виписки із стаціонару неможливе за медичними показаннями;

- організація перевезення неповнолітніх членів сім'ї застрахованої особи до місця їх постійного проживання у випадку госпіталізації або смерті застрахованої особи (на фіксовану суму до 100 у.о.).

Зазначені послуги, що входять у вищезгадані страхові програми, не є остаточними і можуть змінюватися залежно від страхової компанії. Су-



ма страхового внеску за одну добу страхування залежить від країни відвідування та терміну страхування і знаходиться у діапазоні від 0,15 до 1,80 USD/EURO (оплата здійснюється за курсом НБУ).

Страхові компанії, окрім зазначених, можуть пропонувати власні програми з додатковими опціями. Також можуть різнитися назви програм. Наприклад, страхова компанія «Універсальна», замість літер «А», «В», «С», «D» використовує назви «Visit», «Optimal», «Tourist», «Classic», «Premium»; страхова компанія «Оранта» пропонує додаткові, окрім вище згаданих, програми «Business card Стандарт», «Business card срібна картка», «Business card золота картка» тощо.

При страхуванні медичних і додаткових витрат під час подорожі страховим випадком є: необхідність надання медичної допомоги й інших послуг у зв'язку з гострим захворюванням, загостренням хронічної хвороби, розладом здоров'я внаслідок нещасного випадку, смертю застрахованої особи.

Крім того, здійснюється страхування від нещасних випадків з туристом за кордоном, а відшкодування виплачується при настанні:

- ✓ інвалідності 3 групи – 50% страхової суми;
- ✓ інвалідності 2 групи – 75% страхової суми;
- ✓ інвалідності 1 групи або смерті застрахованої особи – 100% страхової суми.

У випадку тимчасової втрати працездатності застрахованої особи сплачується відшкодування у розмірі 0,5% страхової суми за кожний день непрацездатності, але не більше ніж за 21 день.

Варто відзначити, що обов'язкове особисте страхування не поширюється на пасажирів:

- ✓ всіх видів транспорту міжнародного сполучення;
- ✓ залізничного, морського, внутрішнього водного й автомобільного транспорту приміського сполучення;
- ✓ морського й внутрішнього водного транспорту міського сполу-



чення й переправ;

- ✓ автомобільного транспорту на міських маршрутах.

У цьому випадку страховий поліс оформляється одночасно з покупкою квитка, про що у квитку робиться відповідна позначка.

Страхова компанія має право відмовити застрахованій особі у виплаті відшкодування у разі:

- ✓ отруєння наркотичними або токсичними речовинами, алкоголем або іншими речовинами, що вживалися з метою сп'яніння;
- ✓ якщо поїздка здійснювалася всупереч порадам лікаря;
- ✓ якщо лікування Застрахованої особи проводилося без узгодження зі Страховиком або Асистансом;
- ✓ якщо поїздка здійснювалася з метою заздалегідь спланованого лікування;
- ✓ самолікування або іншого медичного втручання, що було здійснено самою Застрахованою особою або іншими особами за її дорученням (без медичного призначення лікаря);
- ✓ в інших випадках, передбачених договором.

На сучасному туристському ринку туристи, що купують тури на масові курорти, автоматично отримують разом із ваучером та авіаквитками страховий поліс від страхової компанії, із якою співпрацює туроператор. Цей страховий поліс вже включений туроператором у вартість путівки. Зазвичай страхування туристів в такому випадку відбувається за програмою «А» або «В», як із франшизою, так і без неї. За бажанням туриста, він може бути застрахований і за іншою програмою страхування, але ці питання треба обговорювати окремо перед бронюванням туру.

Окрім страхування туристів під час подорожей, страхові компанії можуть надавати додаткові страхові послуги.

Страхування багажу туристів. Цей вид страхування, хоча і не є обов'язковим, насправді має велике значення. Під час авіаперельоту відповідальність за збереження багажу лягає на авіаперевізника, а його від-



повідальність щодо шкоди, заподіяної у разі знищення, втрати або ушкодження багажу, обмежується, згідно із статтею 22 «Правил повітряних перевезень пасажирів і багажу» сумою 20 дол. США (або еквівалентом в іншій валюті) за один кілограм брутто в разі втрати, ушкодження чи нестачі усього або частини зареєстрованого багажу, або сумою 400 дол. США (або еквівалентом в іншій валюті) на пасажирів за ручну поклажу та іншу його власність, що знаходиться під контролем пасажирів протягом польоту. Зазвичай вартість речей подорожуючих перевищує зазначену вартість, тому додаткове страхування багажу туриста набуває особливе значення. Крім того, страховими випадками за такого страхування також вважаються збитки застрахованої особи, спричинені втратою, знищенням або частковим пошкодженням багажу під час подорожі застрахованої особи внаслідок: буревію; непередбаченого, раптового впливу води (повінь, опади); пожежі, удару блискавки, вибуху тощо.

Страхування ризику анулювання подорожі. Цей вид страхування не є обов'язковим, але є дуже важливим як для турагентств, які здійснюють продаж турів безпосередньо туристові, так і для самого туриста. Страховими випадками за такими договорами є неможливість здійснення туристичної подорожі внаслідок раптової, непередбаченої і ненавмисної події, що відбулася не раніше ніж за 5 (п'ять) днів до початку туристичної подорожі та внаслідок якої застрахована особа була змушена відмовитись від здійснення подорожі, а саме:

- ✓ смерті, раптового розладу здоров'я Застрахованої особи або члена її родини, рідної сестри чи брата, якщо такий розлад здоров'я об'єктивно перешкоджає здійсненню подорожі;
- ✓ пошкодження майна Застрахованої особи внаслідок пожежі, впливу навколишнього середовища, навмисних або ненавмисних дій третіх осіб тільки за умови, якщо таке пошкодження майна об'єктивно перешкоджає здійсненню подорожі;
- ✓ необхідності участі Застрахованої особи у судовому розгляді, при-



сутності у місці такого розгляду, згідно з рішенням (постановою, ухвалою) суду, якщо вони припадають на період запланованої туристичної подорожі.

Страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів, або «зелена карта» – це вид обов’язкового страхування, прийнятий в багатьох країнах світу. Країни-учасники системи «Зелена карта» взаємно визнають договори страхування, укладені однією з країн, і гарантують відшкодування збитків потерпілій стороні у разі дорожньо-транспортної пригоди за кордоном за законодавством тієї країни, де трапилася дорожньо-транспортна пригода. Без поліса «Зелена карта» виїзд на територію майже всіх іноземних держав на автомобілі – неможливий.

Страхові компанії зобов’язані укладати договори міжнародного страхування «Зелена карта» лише стосовно транспортних засобів, зареєстрованих в Україні виключно на єдиних умовах та розмірах страхових платежів, встановлених Моторним (транспортним) страховим бюро України. Розмір страхового платежу за договорами «Зелена карта» залежить від:

- ✓ території дії міжнародного договору;
- ✓ типу транспортного засобу;
 - А – легкові автомобілі, пасажиромісткістю до 9 чоловік з водієм включно;
 - В – мотоцикли;
 - С – вантажні автомобілі;
 - Е – автобуси;
 - F – причепа, напівпричепа.
- ✓ терміну дії договору.

Страховим випадком за договорами «Зелена карта» визнається факт заподіяння шкоди життю, здоров’ю або майну третіх осіб в результаті дорожньо-транспортної пригоди, яка трапилася з вини або з необережності водія, який уклав договір страхування.

Страхування від депортації. Страховим випадком вважається при-



мусове видворення (депортація) застрахованої особи із країни тимчасового перебування у разі ненавмисного порушення нею візового режиму.

Сьогодні існують дві форми туристського страхового обслуговування: *компенсаційне й сервісне*.

Перша форма передбачає оплату всіх медичних витрат самим туристом з наступною їхньою компенсацією при поверненні в Україну. Це вкрай незручно, тому що туристові варто мати при собі значну суму «недоторканного запасу» на випадок хвороби або нещастя.

При сервісному туристському страхуванні, уклавши договір або контракт зі страховою компанією, достатньо подзвонити в одну із зазначених диспетчерських служб, повідомити номер свого поліса, прізвище й потерпілому буде надана необхідна допомога.

3.3 Організація обслуговування та надання послуг в засобах розміщення

3.3.1 Особливості обслуговування в готелях та договірні відносини з підприємствами розміщення

Готельне господарство є однією з основних складових туристської індустрії. Саме готельні підприємства виконують одну з найважливіших функцій у сфері обслуговування туристів: забезпечують їх сучасним житлом і побутовими послугами. Витрати на готельні послуги становлять приблизно від 30% до 50% усіх витрат у кошторисі туристів. Готельний сервіс включає цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим фактором, що визначає перспективи розвитку туризму.

Туристські послуги, серед них і готельне обслуговування, віднесені до соціально-культурних послуг. Вони будуються на принципах сучасної гостинності, що підвищує їхню роль у розвитку туризму, а також ставить певні завдання перед системою підготовки кадрів для туристсько-



готельного сервісу.

Готель – підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що надає готельні послуги, які не обмежуються щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат та санвузлів.

Готелі та аналогічні засоби розміщення – це колективні засоби розміщування, які :

- ✓ складаються більше ніж з 7 номерів;
- ✓ мають єдине керівництво;
- ✓ надають готельні послуги, які включають обслуговування в номерах, щоденне заправління ліжок та прибирання кімнат і санвузлів;
- ✓ згруповані в класи і категорії відповідно до переліку послуг, що надаються, та наявного обладнання і не входять до категорії спеціалізованих закладів.

Основною діяльністю готелю є надання готельних послуг. Готельні послуги – це дії готелю з розміщення споживача в об'єкті розміщення, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням, яка включає *основні і додаткові послуги*, що надаються споживачеві при тимчасовому розміщенні та тимчасовому проживанні в об'єкті розміщення.

Основні послуги – обсяг готельних послуг, що включають проживання та надання харчування (сніданку), яке включено до вартості номеру і надаються споживачеві.

Додаткові послуги – обсяг готельних послуг, які не включені до основних, а замовляються та сплачуються додатково.

Готельні послуги надаються споживачам готелю, тобто особам, які безпосередньо використовують або мають намір скористатися готельними послугами для особистих (побутових) потреб, і які здійснюють бронювання та оплату готельних послуг.

Договір з готельним підприємством

У міжнародній практиці відомі і мають широке застосування угоди і



документи, що регулюють взаємини готельних підприємств з турагентами і туроператорами. Один з них – Готельна конвенція 1970 року, що була розроблена під егідою Міжнародної готельної асоціації і Всесвітньої федерації асоціацій туристських агентств. Конвенція визначає зобов'язання договірних сторін, сферу її застосування, типи готельних контрактів, загальні і особливі правила їх складання, величину комісійної винагороди і порядок платежів, а також умови ануляції договорів. У 1979 році до Готельної конвенції була внесена низка поправок, і вона отримала назву «Міжнародна готельна конвенція», яка з 1993 року стала кодексом відносин між готелями і турагентствами (туроператорами) і використовується при укладанні готельних контрактів.

Кодекс зобов'язує готельне підприємство надавати точну інформацію стосовно категорії і розташування готелю, а також якості послуг, що надаються. У ньому визначається, що турагент не має права встановлювати для своїх клієнтів ціни вище за ті, які встановлені за договором комісії. Це має стосуватися як туроператора, який співпрацює з готелем на тих же умовах. При цьому ані турагент, ані туроператор, ані готель не повинні розкривати ціну, яка визначена у контракті.

Документами, що регулюють взаємини туристського бізнесу з готельними підприємствами, є: Міжнародні готельні правила, ухвалені Радою Міжнародної готельної асоціації (2 листопада 1981 року), і Міжрегіональна гармонізація критеріїв готельної класифікації на основі класифікаційних стандартів, що була ухвалена регіональними комісіями ВТО в 1989 році.

Хоча ці документи мають рекомендаційний характер і не є обов'язковими, вони містять багато положень, що міцно увійшли до міжнародної практики взаємин між бізнесом готелів і агентсько-операторським бізнесом в туризмі. Взаємини з готельними підприємствами визначаються головним чином наступними угодами:

- ✓ договором про тверду закупівлю місць з повною оплатою;
- ✓ договором про квоту місць з гарантією заповнення 30-80%;



- ✓ договором про квоту місць без гарантії заповнення;
- ✓ договором про поточне бронювання.

Договір про тверду закупівлю місць з повною оплатою.

За таким договором фірма гарантує готелю повну оплату виділеної квоти місць, незалежно від їх заповнення. За таких умов фірма виторгує найнижчі ціни на розміщення в готелі.

Договір про квоту місць з гарантією заповнення 30-80%.

За таким договором туристська фірма отримує від готелю певну кількість місць, які вона зобов'язана протягом періоду, обумовленого контрактом, заповнити туристами. При цьому туристське підприємство гарантує оплату 30-80 % виділеної квоти місць, навіть якщо вони не будуть використані. Решту частини квоти фірма має право анулювати у встановлені терміни. За цим договором туроператор отримує ціни на готельні місця нижчі, ніж звичайні тарифи. Зрозуміло, що чим вище квота, тим нижче ціна.

Договір про квоту місць без гарантії заповнення.

За цим договором фірма не бере на себе жодної гарантії заповнення виділеної квоти місць. Тому набирає чинності звичайне правило ануляції місць, що не були використані у встановлені терміни. Зазвичай готель надає турпідприємству певну комісійну винагороду.

Договір про поточне бронювання.

Це найбільш типовий договір для туристських фірм, особливо тих, які займаються організацією індивідуального туризму. За договором фірма не отримує від готелю ніякої квоти місць. При зверненні клієнта вона направляє готелю заявку на бронювання і лише після отримання від нього підтвердження проводить продаж готельних послуг. При такому договорі діють звичайні тарифи на готельні місця.

У будь-якому варіанті договорів слід передбачати (оговорювати) наступні умови:

- ✓ вартість номерів і бронювання;
- ✓ тип номерів і необхідну їх кількість;



- ✓ тривалість (сезони) обслуговування;
- ✓ вільні періоди;
- ✓ графіки заїзду туристів;
- ✓ терміни і тривалість разового обслуговування;
- ✓ набір вхідних послуг;
- ✓ кількість (пансіон) і форму організації харчування – варіанти надання харчування в ресторані;
- ✓ час обслуговування туристів харчуванням;
- ✓ спеціальні зручності на відпочинку (наприклад, для інвалідів, вегетаріанців, користування пляжем тощо);
- ✓ мови, якими має володіти персонал;
- ✓ терміни підтвердження заїзду туристів (бронювання);
- ✓ терміни зняття заїздів без пред'явлення штрафних санкцій;
- ✓ штрафні санкції;
- ✓ знижки на великий заїзд або на постійне завантаження;
- ✓ матеріальна відповідальність за недозаїзд, зрив заїзду, відмову в розміщенні гостей тощо;
- ✓ інші специфічні питання (наприклад, чи входить до вартості номера користування в готелі сауною, більярдом чи тренажерним залом, час роботи басейну тощо).

Крім того, важливо звернути увагу на гарантії, які дає постачальник послуги (наприклад, чи гарантує готель обіцяне розміщення).

У взаєминах з постачальниками послуг необхідно передбачати (фіксувати в договорі) умову про неможливість зворотного підвищення цін (ціни можна підвищувати тільки на непродані послуги) і відпрацювати механізм виконання цієї умови.

Для замовлення готельних номерів згідно з договором здійснюється їх попереднє бронювання.

Бронювання – процес замовлення споживачем основних та/або додаткових послуг у певному обсязі, з метою використання послуг у зазна-



чені терміни.

Підтвердження замовлених готельних послуг (відповідного замовлення) – письмове підтвердження готелю виконати замовлений перелік основних та/або додаткових послуг відповідно до заявки, яку готель направляє споживачу особисто факсом чи електронною поштою.

Заявка на бронювання (анулювання бронювання) готельних послуг має містити інформацію про обсяг готельних послуг, а саме:

- ✓ кількість, прізвище, ім'я та стать споживача;
- ✓ дату і час заїзду та виїзду споживача;
- ✓ тип та кількість необхідних номерів;
- ✓ кількість місць;
- ✓ перелік додаткових послуг, якщо в таких є потреба;
- ✓ особливі умови розміщення.

Заявка на бронювання готельних послуг має надаватися готелю не пізніше ніж за 5 (п'ять) календарних днів до дня заїзду споживачів, якщо інше не передбачено договором.

З моменту підтвердження готелем замовлених готельних послуг бронювання вважається завершеним. Розміщення споживачів в об'єкті розміщення можливе лише за наявності в них документів, що посвідчують їх особу, а саме:

- ✓ паспорта або іншого документу, що посвідчує особу;
- ✓ візи на право перебування в країні (якщо вона потрібна);
- ✓ реєстраційної форми (в окремих країнах, – міграційна картка).

Анулювання – відмова споживача від заброньованих готельних послуг. Анулювання може бути своєчасним і несвоєчасним.

Своєчасне анулювання – відмова замовника від заброньованих готельних послуг не пізніше ніж до 15:00 (п'ятнадцятої) години дня, що передує дню заїзду, якщо інше не передбачено договором.

Пізнє анулювання – відмова споживача від заброньованих готельних послуг пізніше 15 (п'ятнадцятої) години дня, що передує дню заїзду. При



=====
несвоєчасному анулюванні плата може сягати добової вартості проживання.

Анулювання бронювання готельних номерів може здійснюватися за ініціативою готелю або споживачів готельних послуг. Готель залишає за собою право анулювати заявку або внести до неї зміни без повернення вартості послуг у випадку виникнення обставин непереборної сили та/або форс-мажорних обставин.

Готель зобов'язаний надати споживачу необхідну, достовірну, доступну та своєчасну інформацію про готельні послуги. Інформація доводиться до відома споживача у доступній наочній формі і розміщується у приміщенні, що призначене для оформлення розміщення споживача, у зручному для огляду місці та повинна включати наступне:

- ✓ зазначення нормативних документів, вимогам яких повинні відповідати готельні послуги;
- ✓ правила проживання в готелі;
- ✓ свідоцтво про присвоєння готелю відповідної категорії (якщо вона присвоєна);
- ✓ копію сертифіката на послуги, що підлягають обов'язковій сертифікації;
- ✓ копію ліцензії, якщо даний вид діяльності підлягає ліцензуванню;
- ✓ вартість номера (місця в номері);
- ✓ перелік основних послуг, що входять до вартості номера (місця в номері);
- ✓ перелік і ціну додаткових послуг, що надаються за окрему плату;
- ✓ відомості про форму та порядок оплати послуг;
- ✓ перелік категорій осіб, що мають право на отримання пільг, а також перелік пільг відповідно до законодавства;
- ✓ відомості про роботу закладів (підприємств) харчування, торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування та інших, що розташовані в готелі.

Готель має право укладати договір з замовником (споживачем) на



.....
бронювання номерів (місць) шляхом підписання його двома сторонами, а також шляхом прийняття заявки на бронювання за допомогою поштового, телефонного або іншого зв'язку (засобів електронної пошти, включаючи факсимільну), який дозволяє достовірно встановити належність заявки споживачу або замовнику.

Договір про надання основних готельних послуг може бути укладеним замовником на користь споживача за дорученням останнього. Готель має право застосовувати вільні ціни і тарифи та систему знижок на всі послуги, що надаються, за винятком тих, щодо яких здійснюється державне регулювання цін та тарифів.

Ціна номера (місця), вартість додаткових послуг, у т.ч. бронювання, встановлюються готелем самостійно, форма оплати визначається договором між споживачем/замовником та готелем. *Готель може застосовувати добову або погодинну оплату готельних послуг.* Готель визначає перелік основних послуг, які входять до вартості номера (місця в номері).

Договір про надання основних готельних послуг споживачу вважається укладеним після оформлення документів на проживання (заповнення анкети, реєстрації) та засвідчується розрахунковою квитанцією або іншим розрахунковим документом, що підтверджує укладання договору і містить у собі:

- ✓ найменування готелю;
- ✓ реквізити (для приватного підприємця -- прізвище, ім'я по батькові, інформацію про державну реєстрацію);
- ✓ прізвище, ім'я та по батькові споживача;
- ✓ інформацію про номер (місце в номері), що надається;
- ✓ ціну номера (місця в номері);
- ✓ інші необхідні дані на розсуд готелю.

Договір про надання готельних послуг може бути укладений на визначений або невизначений термін. При укладанні договору на невизначений термін погодженим вважається найбільш короткий термін зазвичай



одна доба; дія договору в такому разі завершується о 12.00 дня, наступного за днем прибуття споживача.

Розрахунок розміру оплати проводиться відповідно до розрахункової години, у переважній більшості випадків, це 12.00 за місцевим часом. Готель з урахуванням місцевих особливостей вправі змінити єдину розрахункову годину. При проживанні в готелі менше однієї доби та у разі раннього заїзду чи пізнього виїзду готель самостійно визначає розмір плати за надання готельних послуг.

Споживач має право розірвати договір про надання готельних послуг у будь-який час за умови оплати фактично наданих готелем послуг. Порядок розірвання договору на надання готельних послуг з замовником визначається договором та чинним законодавством. Без згоди споживача/замовника готель не має права надавати додаткові послуги, які не включені у договір. Споживач/замовник вправі відмовитись від оплати таких послуг, а в разі їх сплати готель зобов'язаний повернути сплачену суму. Забороняється обумовлювати виконання одних послуг за умови надання інших послуг.

За бажанням споживача йому може надаватись номер на два і більше місць з оплатою вартості номера. Готель повинен забезпечити цілодобове оформлення споживачів, які прибувають та вибувають із готелю. У закладах (підприємствах) громадського харчування, зв'язку та побутового обслуговування, розміщених у готелях, особи, які проживають у готелі, мають право на обслуговування у першу чергу.

Готель зобов'язаний надати споживачу без додаткової оплати такі види послуг:

- ✓ виклик швидкої допомоги;
- ✓ доставка в номер кореспонденції;
- ✓ надання необхідного інвентарю залежно від категорії готелю та інші послуги.

Готель відповідає за збереження речей, внесених до готелю спожи-



.....
вачем, якій проживає у ньому. У разі виявлення забутих речей готель зобов'язаний негайно повідомити про це власника речей (за умови, що їх власник відомий). Забуті речі зберігаються у готелі протягом шести місяців, після чого передаються у відповідні державні органи для реалізації або знищуються, про що складається акт установленної форми.

Готель зобов'язаний забезпечити якісне надання готельних послуг згідно з вимогами чинного законодавства. Матеріально-технічне забезпечення готелю, перелік та якість послуг, які надаються споживачу, повинні відповідати вимогам присвоєної готелю категорії. За умови невиконання повністю або частково договірних зобов'язань, пов'язаних з наданням готельних послуг, винна сторона має відшкодувати іншій стороні завдані цим збитки. За неможливості (відмови) виконати умови попередньо укладеного договору зі споживачем/замовником щодо надання готельних послуг готель зобов'язаний, на вимогу споживача, забезпечити розміщення споживача в іншому готелі, розташованому в даній місцевості, що надає послуги рівноцінні або вищої якості. Додаткові витрати, що виникли у зв'язку з цим, покриваються готелем.

Готель несе відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю або майну споживача, що виникла в зв'язку з недоліками при наданні послуг. Порядок і обсяг відшкодування визначається відповідно до чинного законодавства.

3.3.2 Класифікація підприємств готельного господарства

Дуже важливим фактором при виборі готелю є його категорія, яка залежить від багатьох факторів і забезпечує відповідність певним параметрам якості обслуговування, діапазону послуг тощо.

Початок готельної класифікації було покладено ще в ті часи, коли існувало дуже мало закладів, які заслуговували на довіру. Класифікація мала на меті забезпечити безпечні та якісні послуги з проживання та хар-



чування для мандрівників.

Для готелів класифікація – це спосіб надати необхідні споживачу відомості про якість сервісу, інфраструктуру та інші можливості підприємства, допомагаючи, таким чином, потенційним клієнтам і демонструючи свою лояльність до них.

Задача класифікації готелів досить трудомістка через різноманітність параметрів, за якими здійснюється класифікація, що зумовлено безліччю видів туризму та подорожей, відповідною спеціалізацією засобів розміщення туристів, різноманітністю мотивів подорожей, суттєвою відмінністю матеріального достатку подорожуючих, а також через наявність національних, географічних, природних та інших особливостей.

Готельні підприємства класифікують за різними критеріями. Найбільш важливі серед них:

- ✓ рівень комфорту,
- ✓ місткість номерного фонду,
- ✓ функціональне призначення,
- ✓ місце розташування,
- ✓ тривалість роботи,
- ✓ забезпечення харчуванням,
- ✓ тривалість перебування,
- ✓ рівень цін,
- ✓ форма власності.

Класифікація готельних підприємств за рівнем комфорту відіграє величезну роль у розв'язанні питань управління якістю готельних послуг. Рівень комфорту – це комплексний критерій, складовою якого є:

- ✓ стан номерного фонду – площа номерів (кв. м), частка одномісних (однокімнатних), багатокімнатних номерів, номерів-апартаментів, наявність комунальних зручностей тощо;
- ✓ стан меблів, інвентарю, предметів санітарно-гігієнічного призначення;



- ✓ наявність і стан підприємств харчування – ресторанів, кафе, барів;
- ✓ стан будівлі, під'їзних шляхів, облаштування прилеглої території;
- ✓ інформаційне забезпечення і технічне оснащення, в тому числі наявність телефонного, супутникового зв'язку, телевізорів, холодильників, міні-барів, міні-сейфів тощо;
- ✓ надання ряду додаткових послуг.

Зазначені параметри оцінюються практично у всіх наявних сьогодні системах класифікації готелів. Крім того, ряд вимог пред'являється до персоналу і його підготовки, освіти, кваліфікації, віку, стану здоров'я, знання іноземних мов, зовнішнього вигляду та поведінки.

В наш час в світі налічується понад 30 систем класифікації готелів, причому в кожній країні прийняті свої національні стандарти. Введенню єдиної світової класифікаційної системи перешкоджають фактори, пов'язані з культурними та національними особливостями, історичним розвитком різних держав та інші причини.

Найбільш поширені наступні системи класифікації:

- ✓ система зірок,
- ✓ система балів,
- ✓ система букв (A, B, D, C),
- ✓ система «корон» або «ключів».

Французька національна (європейська) система класифікації.

За французькою системою готелі класифікуються на 5 категорій. Для одержання певної категорії готелі повинні відповідати встановленим вимогам щодо конкретної категорії: за кількістю номерів з певною площею, за наявністю ресторану або кафе, стоянки для автомобілів, за наявністю різноманітного устаткування (центральне опалення, телефони, водопостачання, ліфти, звукоізоляція), за різноманітністю послуг і кваліфікацією службовців.

Французька система заснована на обліку встаткування номерів, окремих елементах комфорту й розмірів загальних приміщень.



Водночас безпосередньо класифікація французьких готелів відрізняється від так званої «французької класифікації», наприклад, у Франції неможливо зустріти готель категорії 5 зірок, у Франції готелі цієї категорії називаються 4* de Luxe

Індійська система класифікації

Включає також 5 категорій: «1 зірка», «2 зірки», «3 зірки», «4 зірки», «5 зірок», які надає спеціальна комісія на основі бальної оцінки. Комісія може на свій розсуд дати до 15 балів за будь-які, не передбачені кваліфікаційними вимогами, додаткові послуги. Для одержання тієї або іншої категорії необхідно набрати встановлену для певного класу мінімальну суму балів, причому їхня кількість за кожним пунктом повинна становити не менш 50% максимальної оцінки. Наприклад, готель категорії „1 зірка» повинен бути розташований у гарному районі, у споруді придатній для розміщення гостей з усіма необхідними зручностями. Для отримання відповідної категорії слід набрати мінімальну суму балів: 1 зірка – 100 балів; 2 зірки – 150 балів; 3 зірки – 210 балів; 4 зірки – 260 балів; 5 зірок – 290 балів.

Класифікація готелів у інших країнах

Крім «зірок», існують альтернативні класифікації готелів.

Система букв – система, що використовується в Греції, згідно з якою всі готелі поділяються на чотири категорії, які позначаються буквами А, В, С, D. Вища категорія якості готелів позначається «de luxe». Приблизна відповідність категорії якості п'ятизіркової системі така: «de luxe» відповідає п'ятизіркового рівню, готель категорії А – чотиризіркового рівню, готель категорії В – тризіркового, категорії С – двозіркового, категорії D – рівню готелю категорії «одна зірка». Сьогодні поряд з літерами на фасадах готелю можна побачити і звичні зірки. Система корон або ключів – поширена у Великобританії. Щоб перейти до звичних зірок, потрібно від загальної кількості корон відняти одну, тобто порівняно із загальноєвропейською зіркою корона на одну одиницю вища. У Німеччи-



ні, поряд із зірками, також можна зустріти назви Tourist (туристичний); Standart (стандартний); Komfort (комфортний); First Class (першого класу); Luxus (люкс), що дорівнює 1, 2, 3, 4 та 5 зіркам відповідно. У ряді країн, використовуються специфічні назви готелів: Superior Deluxe; Moderate Deluxe; First Class, які також характеризують клас закладу розміщення.

В Україні також використовується система «зірок», Особливості класифікації готелів визначені в ДСТУ 4269-2003 „Послуги туристичні. Класифікація готелів» та ДСТУ 4527-2006 „Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення».

Згідно з цими стандартами, *готелі категорії «1 зірка»* можуть бути виконані з недорогих будівельних матеріалів, повинні мати обладнання та меблі, випуск яких має серійний характер. Площа номерів (без урахування площ санвузлів і балконів) передбачається наступна: одномісні – 8 м², двомісні – 10 м², трьохмісні – 14 м², чотиримісні – 16 м². Інвентар номери категорії 1 зірка наступний: ліжко (односпальні – 80х190 см, двоспальне – 140х190), комплект постільної білизни, тумбочка біля кожного ліжка, вішалка для верхнього одягу, шафа, стільці (по одному на кожного гостя), письмовий стіл, щільні штори, дзеркало, стакани (по одному на кожного гостя), попільнички. Ярлики «Прошу не турбувати» та «Прошу прибрати» повинні бути в номерах готелів всіх категорій. Прибирання номерів – щодня, зміна білизни – раз на три дні. На кожному поверсі з розрахунку на 5 номерів передбачаються туалети й ванни / душові. У готелях з більш ніж чотирма поверхами повинен бути ліфт або ескалатор (у разі неможливості встановлення ліфта передбачається безкоштовна доставка багажу в номер). На кожному поверсі – телефон з міської зв'язком, а на ресепшн – з міжміського.

Готелі категорії «2 зірки» передбачають обладнання та матеріали, які можуть бути недорогими, але функціональними. Оснащення санвузлів повинно мати естетичний вигляд, стіни та підлога повинні бути покриті



водонепроникним матеріалом і виконані якісно, без видимих недоліків. Площа одномісних номерів – не менше 9 м², двомісних – 12 м², тримісних – 16 м², чотиримісних – 18 м². У номері повинен бути умивальник з гарячою і холодною водою. У 50% номерів – повний санвузол. Загальна ванна або душова не менше ніж на кожні 20 чоловік, а туалет – на кожні 10 номерів. Інвентар номера відповідає категорії «1 зірка».

Готелі категорії «3 зірки» повинні органічно вписуватися в архітектурний ансамбль вулиці (площі), головний фасад будинку повинен відповідати певному архітектурному стилю. Якщо будинок побудований за невдалим проектом і має невиразними фасад, необхідно застосувати широкий спектр сучасних будівельних технологій і матеріалів, які надають можливість створити прийнятний зовнішній вигляд будинку. Номери та громадські приміщення мають бути прикрашені декоративними елементами, картинами та художніми творами. Санвузли – обладнані якісною технікою середньої вартості, стіни та підлога покриті відповідним водонепроникним матеріалом, виконані без недоліків. Наявність ліфта в готелі цієї категорії з кількістю поверхів більше трьох обов'язкова, як і наявність автостоянки з кількістю місць не менше 20% від загальної кількості номерів. 100% номерів повинні мати прямий телефонний зв'язок з міською мережею. У номері передбачається: санвузол, телефон, кольоровий телевізор, холодильник. Площа номерів одномісних однокімнатних – не менше 10 м², двомісних однокімнатних – 14 м². Оснащення номера інвентарем відповідає категоріям «1-2 зірки» зі зміною розмірів ліжка (односпальні – 90х200 см, двоспальне – 149х190 сантиметрів). У готелях категорії «3 зірки» передбачаються наступні послуги: ресторан або кафе-бар. Зміна постільної білизни та рушників – щодня. Надається праска і прасувальна дошка, послуги хімчистки, туристичні послуги: екскурсії, сервіси гідів і перекладачів. Починаючи з категорії «3 зірки», готелі повинні бути оснащені резервною системою гарячого водопостачання на випадок аварії чи профілактичних робіт.



Готелі категорії «4 зірки» також повинні вписуватися в архітектурний ансамбль вулиці (площі), додатково всі фасади будівлі повинні відповідати певним, чітко вираженого архітектурному стилю у випадку реконструкції будинку, який є пам'ятником історії / архітектури, повинен бути збережений оригінальний вигляд первісного вигляду фасадів, фресок, вітражів, ліпниною, блясини та інше. Інтер'єри будівлі повинні бути виконані відповідно до єдиного стилю, прикрашені художніми творами, гармонують з інтер'єром. Будівельні матеріали, меблі та обладнання приміщень і номерів виконуються з використанням дорогих матеріалів. Санвузли мають дороге устаткування, що знаходиться у відмінному стані, стіни та підлога покриті якісним водонепроникним матеріалом не менш, ніж на дві третини поверхні. Площа одномісних номерів складає 16 м², двомісних – 20 м².

Готелі категорії «5 зірок» повинні мати винятковий дизайн інтер'єру. Номери, холи, вестибюлі прикрашені авторськими роботами, картинами, декоративними прикрасами, керамікою, гобеленами. Предмети інтер'єру та оформлення повинні формувати респектабельно атмосферу готелю. Обладнання кімнат і громадських приміщень, в тому числі й санвузлів, повинно бути виконане з найдорожчих матеріалів, мати винятковий характер, неповторні особливості і перебувати в бездоганному стані. Площа одномісного номера складає 18 м², двомісного – 25 м². Площа санвузла – не менше 4-5 м². У кожному номері повинен бути повний санвузол (ванна, душ, умивальник, унітаз), телефон, кондиціонер, телевізор з дистанційним керуванням і основними телеканалами світу, холодильник або міні-бар, сейф. Також передбачається охоронна сигналізація або електронні засоби контролю за безпекою номера, дверний замок підвищеної секретності; звукоізоляція номерів підвищена, що забезпечує рівень шуму менше 35 дБ; вимикач дистанційного управління всіх джерел світла в узголів'ї ліжка; в системах опалення передбачається термостат для індивідуального регулювання температури в номері та підігрів підлоги у ванній



кімнаті. У комплекті меблів номера передбачається, крім зазначеної аналогічної для всіх категорій готелів: ліжко (односпальне 90х200 см, двоспальне 160х200 см), стільці – по одному на кімнату, крісла – по одному на гостя, журнальний столик, письмовий стіл з робочим кріслом, підставка під телевізор, дзеркало в повний зріст, набір посуду для міні-бару, а також інформаційні та рекламні матеріали на різних іноземних мовах у папці з емблемою готелю. У комплект санітарно-гігієнічного оснащення категорії 4-5 зірок входять: засоби гігієни, фен для сушки і укладання волосся, 4 банних рушника на кожного гостя, банний халат і тапочки (тільки для готелів категорії 5 зірок).

Крім того, готелі категорії 4 і 5 зірок повинні включати: бізнес-центр (конференц-зал), обладнаний засобами зв'язку, копіювальною технікою, комп'ютерами та телефаксу; плавальний басейн з сауною; медичний кабінет; перукарню-салон, магазини і торгові кіоски, кафе, ресторан з декількома залами, барами та нічний клуб.

Послуги, що надаються чотирьох-і п'ятизірковими готелями повинні бути наступними: прибирання номера та його контроль протягом дня, вечірня підготовка номера (тільки для категорії 5 зірок); зміна білизни та рушників – щодня; прання з терміном виконання не більше 12 годин, прасування з терміном виконання до однієї години, хімчистка протягом 12 годин, а також чищення взуття; послуги секретаря, перекладача; обмін валюти – цілодобово, прокат автомобілів; паркування (персоналом готелю) і подача автомобіля гостя (тільки для категорії 5 зірок); швейцар; організація зустрічей та від'їзду клієнтів (в аеропорт, на вокзал); бронювання квитків на різні види транспорту; туристичні послуги; послуги харчування: можливість вибору будь-якого з варіантів харчування, бронювання місць у ресторані (меню повинне бути в кожному номері, а обслуговування – цілодобовим). Обслуговуючий персонал зобов'язаний вільно володіти однією з іноземних мов і працювати в форменому одязі, диференційованому за службами готелю.



Слід зазначити, що турфірмам важливо не лише знати про існуючі системи класифікацій готелів, та їх особливості, але і обов'язково доводити цю інформацію до туристів при бронюванні. Адже дуже часто бувають ситуації, коли туристи очікують від готелю певної категорії набагато більше, ніж це обумовлено класифікаційними вимогами.

3.4 Особливості організації харчування туристів при організації туристських подорожей

Підприємства харчування* – одна з найважливіших складових туристського ринку. Вони бувають наступних видів: ресторан, ресторан-бар, кафе, кав'ярня, кафе-бар, чайний салон, кафетерій, закусочна, бар, нічний клуб, пивна зала, їдальня, буфет.

Тип підприємства громадського харчування визначається характерними рисами обслуговування, асортиментом реалізованої кулінарної продукції й номенклатурою послуг, що надаються споживачам. При визначенні типу підприємства враховують наступні фактори:

- ✓ асортимент реалізованої продукції, її розмаїття і складність приготування;
- ✓ технічну оснащеність (матеріальну базу, інженерно-технічне оснащення й устаткування, склад приміщень, архітектурно-планувальне рішення тощо)
- ✓ методи обслуговування;
- ✓ кваліфікацію персоналу;
- ✓ якість обслуговування (комфортність, етику спілкування, естетику й т.д.);
- ✓ номенклатуру послуг.

Клас підприємства громадського харчування визначається сукупніс-

* Згідно ДСТУ 4281-2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. Сьогодні в Україні замість терміну «підприємства громадського харчування» використовується термін «заклади ресторанного господарства».



=====
тю відмітних ознак підприємства певного типу, що характеризують якість надаваних послуг, рівень й умови обслуговування.

Споживачам у підприємствах громадського харчування різних типів і класів надаються наступні послуги:

- ✓ харчування;
- ✓ виготовлення кулінарної продукції й кондитерських виробів;
- ✓ організація споживання й обслуговування;
- ✓ реалізація кулінарної продукції;
- ✓ організація дозвілля;
- ✓ інформаційно-консультативні послуги;
- ✓ інші, у т.ч. організація й обслуговування свят, масових заходів, учасників нарад і конференцій тощо; послуги офіціанта (кур'єра) по доставці продукції додому до споживача й обслуговування його вдома; організація спеціального харчування (дієтичного, вегетаріанського та іншого).

Ресторан – це підприємство ресторанного господарства, діяльність якого полягає у виготовленні, реалізації й організації споживання різноманітного асортименту блюд і виробів складного приготування всіх основних груп продуктів і лікєро-горілочаних виробів. Послуги надає кваліфікований виробничий й обслуговуючий персонал в умовах підвищеного рівня комфорту й матеріально-технічного оснащення разом з організацією дозвілля. За часом обслуговування ресторани поділяють на: швидкого обслуговування і звичайні: за методами обслуговування — обслуговування офіціантами і самообслуговування. Розрізняють спеціалізовані ресторани: рибний ресторан, ресторан національної кухні тощо.

Бар – це заклад харчування, основними напрямками діяльності якого є реалізація різноманітного асортименту змішаних, міцних алкогольних, слабоалкогольних і безалкогольних напоїв, закусок, десертів, борошняних кондитерських і булочних виробів, покупних товарів; створення умов для їхнього споживання у барної стійки або в залі.

Ресторани і бари за рівнем обслуговування й номенклатурою послуг



поділяються на три класи – люкс, вищий і перший, які повинні відповідати наступним вимогам:

✓ «люкс» – вишуканість інтер'єру, високий рівень комфортності, широкий вибір послуг, асортимент оригінальних, вишуканих замовлених і фірмових страв, виробів для ресторанів, широкий вибір замовлених і фірмових напоїв, коктейлів;

✓ «вищий» – оригінальність інтер'єру, достатньо широкий набір послуг, комфортність, різноманітний асортимент оригінальних, вишуканих замовлених і фірмових страв, виробів для ресторанів, широкий вибір фірмових і замовлених напоїв, коктейлів;

✓ «перший» – гармонійність, комфортність і вибір послуг, різноманітний асортимент фірмових страв і виробів, напоїв складного приготування для ресторанів, набір напоїв, коктейлів нескладного готування, у т.ч. замовлених і фірмових – для барів.

Ресторан-бар – різновид ресторану, до складу якого входить бар, торговельна зала якого поєднана з торговельною залою ресторану або барна стойка розміщена безпосередньо в торговельній залі ресторану.

Кафе – це заклад ресторанного господарства із широким асортиментом страв нескладного готування, кондитерських виробів і напоїв, в якому застосовують самообслуговування або обслуговування офіціантами. Розрізняють спеціалізовані кафе, наприклад, кафе-кондитерська.

Кав'ярня – різновид кафе з різноманітним асортиментом кави.

Кафе-бар – різновид кафе, до складу якого входить бар, торговельна зала якого поєднана з торговельною залою кафе або барна стойка розміщена в торговельній залі кафе.

Кафе-пекарня – різновид кафе, відмінною ознакою якого є виробництво і продаж хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів на місці.

Чайний салон – різновид кафе з широким асортиментом чаю, де можна продавати кондитерські, булочні та борошняні кулінарні вироби.

Кафетерій – заклад харчування із самообслуговуванням з асортиментом напоїв.



ментом страв нескладного приготування і напоїв, торговельна зала якого обладнана торговельно-технологічним устаткуванням, призначеним для роздавання їжі.

Закусочна; шинок – заклад харчування із самообслуговуванням, де переважає асортимент гарячих і холодних закусок, страв нескладного приготування, призначений для швидкого обслуговування споживачів.

Нічний клуб – різновид бару або ресторану, який працює переважно в нічні години, з організуванням різноманітних видовищ і розважально-танцювальних програм із музичним супроводом. Розрізняють нічні клуби з послугами дозвілля: кабаре, більярд, диско тощо.

Пивна зала – різновид бару або ресторану з широким асортиментом пива.

Їдальня – заклад харчування призначений для обслуговування певного контингенту споживачів із різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, в якому страви можуть надавати у вигляді скомплектованих раціонів харчування.

Буфет – заклад харчування із обмеженим асортиментом готових страв і напоїв, розміщений у спеціально обладнаному приміщенні, де їжу споживають переважно стоячи чи продають на винос.

При роботі з підприємствами харчування для турфірм-організаторів маршрутів важливо знати певні особливості обслуговування і типів харчування, що надається туристам. Виділяються кілька типів сніданків, вечерь, а також спеціальні форми обслуговування в закладах ресторанного господарства.

Види сніданків та вечерь

Континентальний сніданок передбачає чай або розчинну каву, сік, булочку, масло, джем, кілька шматочків ковбаси та / або сиру. Широко розповсюджений у європейських дешевих готелях і пансіонах.

Розширений континентальний сніданок подається переважно у європейських готелях туристського класу (2-3 зірки). До звичайного конти-



ментального сніданку додаються йогурти, різні пластівці й молоко тощо.

Англійський сніданок подається в готелях Великобританії й деяких колишніх англійських колоній в Азії й Африці і включає омлет, підсмажені бекон, сосиски, скибочки помідорів.

Американський сніданок є найбільш ситним і передбачає величезну порцію яєчні з беконом, шинкою, сосисками й смаженою картоплею, до яких додаються салати, сік і кава. Подається в Америці і в стилізованих під «вестерн» готелях в усьому світі.

Національний сніданок поширений у країнах Південно-Східної Азії і передбачає наявність страв національної кухні. Зазвичай подається паралельно з європейською їжею.

«Шведський стіл» поширений переважно у пляжних готелях (також набуває популярності у європейських готелях класу 3-4 зірки), передбачає самообслуговування. Обов'язково присутні не тільки холодні закуски (нарізки, салати, сири), але й гаряче (омлети, сосиски, іноді – м'ясо, риба), фрукти, соки, чай, кава, різноманітні булочки і пиріжки.

Гала дінер – урочиста вечеря, звичайно присвячена національному святу або якійсь події (навіть якщо гості не мають до неї жодного відношення). Ресторан багато прикрашений, перед вечерею в холі звичайно пропонуються напої, іноді грає жива музика. Неодмінно готується якесь парадне блюдо.

Вечір національної кухні. Свого роду різновид шведського стола: акцент на блюдах кухні певної країни. Наприклад, мексиканської, китайської або італійської. Жодного дрес-коду або особливостей обслуговування немає.

Важливим також є і визначення типу обслуговування туристів, що є найбільш актуальним під час вечерь

A la carte. Клієнтові подається меню, у якому напроти кожного блюда вказується ціна. Звичайно такі вечері не входять у вартість проживання. При відвіданні ресторанів існує дрес-код.



=====
Меню де жур (Табльдот) – це варіант комплексної вечері, коли відвідувачам не надається жодного вибору: всім гостям пропонується одна холодна закуска, один гаряча (як варіант – суп), основне гаряче блюдо, десерт, кава або чай. У Франції перед десертом іноді подають «сирну дошку».

A parte – це варіант обслуговування, згідно з яким відвідувачам надається можливість обрати один варіант харчування (чи по одному блюду з невеликого їх переліку) та зробити замовлення на певний час.

При розміщенні туристів зазвичай готелі можуть надавати як окремі види харчування, так і комплексне обслуговування власними ресторанными закладами.

ВВ – розміщення в готелі зі сніданком

НВ – напівпансіон – розміщення в готелі зі сніданком і вечерею

ФВ – повний пансіон – розміщення в готелі зі сніданком, обідом і вечерею

ВВТ – розміщення в готелі зі сніданком і лікуванням

НВТ – розміщення в готелі зі напівпансіоном і лікуванням

ФВТ – розміщення в готелі з повним пансіоном і лікуванням

АІ – all inclusive (все включено) – система обслуговування в готелях, за якою харчування (сніданок, обід, закуски протягом дня, чай і випічка, вечеря, легка опівнічна вечеря), напої (алкогольні і безалкогольні напої місцевого виробництва без обмеження) і окремі види послуг (у більшості готелів сауна і турецька лазня) не потребують додаткової оплати

UAI – ultra all inclusive (ультра все включено) – програма «все включено» яка доповнюється можливістю відвідувати спеціалізовані ресторани, куштувати алкогольні напої імпортного виробництва з обмеженням або без нього, отримувати інші послуги, що включені до вартості розміщення та не потребують додаткової оплати. Повний перелік послуг визначається адміністрацією готелю та може коригуватися у будь-який час.

Система ultra all inclusive має багато різновидів, що спеціально вигадуються певними готелями для власної ідентифікації:



- ✓ all inclusive extended (extended все включено);
- ✓ all inclusive excellent (excellent все включено);
- ✓ all inclusive superior (superior все включено);
- ✓ maximum all inclusive (максимум все включено);
- ✓ all inclusive elegance (elegance все включено);
- ✓ all inclusive vip class (vip class все включено);
- ✓ high class all inclusive (high class все включено).

Якщо туроператору при формуванні маршруту необхідно додатково організовувати харчування туристам, то з цією метою укладається договір з підприємством харчування.

У такому договорі повинні бути відбиті наступні пункти:

- ✓ кількість одноразово обслугованих туристів;
- ✓ регулярність і величина замовлень;
- ✓ вид харчування та обслуговування (шведський стіл, обслуговування і т. д.); зразкові варіанти меню;
- ✓ зразкові ціни на різні раціони харчування;
- ✓ знижки на велику кількість клієнтів або на постійне забезпечення клієнтури;
- ✓ терміни подачі заявок на харчування;
- ✓ граничні терміни зняття замовлення без пред'явлення штрафних санкцій;
- ✓ матеріальна відповідальність за зрив харчування з того або іншого боку з визначенням термінів настання матеріальної відповідальності, тощо.

3.5 Організація екскурсійного обслуговування туристів

Екскурсія – методично продуманий показ визначних місць, пам'ятників історії й культури, в основі якого – аналіз об'єктів, що перебувають перед очами екскурсантів, а також уміла розповідь про події, пов'язані з ними. Екскурсія являє собою наочний процес пізнання люди-



ною навколишнього світу, побудована на заздалегідь підібраних об'єктах.

У практичній діяльності екскурсія розглядається в декількох аспектах:

- ✓ як самостійна форма виховання й навчання, як складова частина інших форм навчання й виховання;
- ✓ як форма роботи з масовою аудиторією й одна з форм навчання;
- ✓ як форма організації культурного дозвілля, виховної роботи;
- ✓ як епізодичний (разовий) захід, частина тематичного циклу, а також як один із шаблів пізнання;
- ✓ як форма поширення наукових знань, ідейного виховання;
- ✓ як захід щодо патріотичного, трудового, естетичного виховання, а також як частина процесу формування всебічно розвинутої особистості;
- ✓ як автономна форма культурно-просвітньої роботи і як невід'ємна частина організованого туризму;
- ✓ як форма міжособистісного спілкування екскурсовода з екскурсантами, екскурсантів один з одним й як форма спілкування екскурсантів з об'єктами.

Загальними ознаками для всіх екскурсій є:

- ✓ тривалість за часом проведення від однієї академічної години (45 хв.) до однієї доби;
- ✓ наявність екскурсантів (групи або індивідуалів);
- ✓ наявність екскурсовода, що проводить екскурсію;
- ✓ наочність, зорове сприйняття, показ екскурсійних об'єктів на місці їхнього розташування.
- ✓ пересування учасників екскурсії по заздалегідь складеному маршруту;
- ✓ цілеспрямованість показу об'єктів, наявність певної теми;
- ✓ активна діяльність учасників (спостереження, вивчення, дослідження об'єктів).

Відсутність хоча б однієї з названих вище семи ознак позбавляє права називати проведений захід екскурсією.



Крім цих загальних ознак у кожного виду екскурсій є свої специфічні ознаки:

- ✓ в автобусних – обов’язковий вихід з автобуса для огляду пам’ятників;
- ✓ у музейних – знайомство з матеріалами, розташованими на стендах;
- ✓ у виробничих – демонстрація діючих об’єктів (верстатів, агрегатів, механізмів).

За змістом екскурсії поділяються на оглядові (багатопланові) і тематичні.

Оглядові екскурсії переважно багатотемні. Не випадково їх називають багатоплановими. В них використовується історичний і сучасний матеріал. Будується така екскурсія на показі всіляких об’єктів (пам’ятників історії й культури, будинків і споруд, природних об’єктів, місць знаменитих подій, елементів благоустрою міста, промислових і сільськогосподарських підприємств тощо).

В оглядових екскурсіях події викладаються великим планом. Це дає загальне уявлення про місто, область, державу в цілому. Хронологічні рамки такої екскурсії – час існування міста з першого згадування про нього до сьогодення й перспективи розвитку.

Оглядові екскурсії мають свої особливості. На відміну від тематичних, в них формулювання теми представляє певну складність. Незалежно від місця, їх готують і проводять, вони практично схожі між собою насамперед за своєю структурою. У кожній з них висвітлюється кілька підтем (історія міста, коротка характеристика промисловості, науки, культури тощо). В той же час у оглядових екскурсіях є свої відмінні риси. Вони диктуються тими особливостями в історичному розвитку, які властиві певному місту, області, краю.

Тематична екскурсія присвячена розкриттю однієї теми, якщо це історична екскурсія, то в її основу може бути покладено одна або кілька



=====
подій, об'єднаних однією темою. Якщо це екскурсія на архітектурну тему, то предметом вивчення можуть стати найцікавіші добутки зодчества, розташовані на вулицях і площах міста, а у великому місті – архітектурні ансамблі минулих століть.

Тематичні екскурсії поділяються на історичні, виробничі, природознавчі (екологічні), мистецтвознавчі, літературні, архітектурно-містобудівні.

За своїм змістом історичні екскурсії поділяються на наступні підгрупи:

- ✓ історико-краєзнавчі (наприклад, «Історія виникнення міста»);
- ✓ археологічні (наприклад, у м. Херсонесі з показом речовинних історичних джерел-розкопок);
- ✓ етнографічні, що розповідають про вдачі й звичаї різних націй і народностей;
- ✓ воєнно-історичні, які проводяться місцями бойової слави (наприклад, «Полтавська битва» й ін.);
- ✓ історико-біографічні (по місцях життя й діяльності відомих людей);
- ✓ екскурсії в історичні музеї.

Виробничі екскурсії поділяються на підгрупи:

- ✓ виробничо-історичні;
- ✓ виробничо-економічні (наприклад, банківська, біржова діяльність, ринок нерухомості й ін.);
- ✓ виробничо-технічні;
- ✓ професійно-орієнтовані для учнів.

Мистецтвознавчі екскурсії мають підгрупи:

- ✓ історико-театральні;
- ✓ історико-музичні;
- ✓ по народних художніх промислах;
- ✓ по місцях життя й діяльності діячів культури;
- ✓ у картинні галереї й виставкові зали, музеї, у майстерні худож-



ників і скульпторів.

Літературні екскурсії звичайно групуються в такий спосіб:

- ✓ літературно-біографічні, проводяться по місцях, які зберігають пам'ять про життя й творчість письменника, поета, драматурга тощо;
- ✓ історико-літературні, що розкривають певні періоди розвитку національної літератури;
- ✓ літературно-художні – це поетично-текстові екскурсії.

Класифікація екскурсій на архітектурно-містобудівні теми:

- ✓ екскурсії з показом архітектурних будівель даного міста;
- ✓ екскурсії, пов'язані з показом пам'ятників архітектури певного історичного періоду;
- ✓ екскурсії, що дають уявлення про творчість одного архітектора;
- ✓ екскурсії, що знайомлять із плануванням і забудовою міст по генеральних планах;
- ✓ екскурсії з демонстрацією зразків сучасної архітектури;
- ✓ екскурсії по новобудовах.

Слід зазначити, що тематичні екскурсії того або іншого виду рідко існують ізольовано одна від одної. Наприклад, історичний матеріал використовується в екскурсіях на архітектурно-містобудівні теми; елементи природознавчих екскурсій знаходять своє місце в екскурсіях майже кожної групи тематичних екскурсій. Все залежить від конкретних умов проведення екскурсії, від ресурсів пізнавального плану того або іншого міста або регіону.

За складом і кількістю учасників екскурсії підрозділяються на індивідуальні, для місцевого населення, приїжджих туристів, дорослих і школярів.

Особливості сприйняття екскурсійного матеріалу кожної із зазначених груп вимагають внесення змін у зміст заходів, методику й техніку їхнього проведення, а також у їхню тривалість.

За місцем проведення екскурсії бувають: міські, заміські, виробничі, музейні, комплексні (поєднують елементи декількох).



За способом пересування – пішохідні й з використанням різних видів транспорту.

Перевага пішохідних екскурсій полягає в тому, що, створюючи необхідний темп руху, вони забезпечують сприятливі умови для показу й розповіді. Транспортні екскурсії (у переважній більшості автобусні) складаються із двох частин: аналізу екскурсійних об'єктів (наприклад, пам'ятників історії й культури) на зупинках і розповіді на шляху між об'єктами, що пов'язана з характеристикою пам'ятників і пам'ятних місць, повз які проїжджає група.

Деякі екскурсійні установи використовують для проведення екскурсій тролейбуси, трамваї, річкові й морські теплоходи, вертольоти. Тривалість екскурсії становить від 1 академічної години (45 хв) до доби.

Ефективність показу залежить не тільки від знань й умінь екскурсовода, але й від форм допомоги екскурсантам у засвоєнні об'єктів показу. У тих випадках, коли в екскурсію включається показ складних за своєю конструкцією об'єктів (будинків і споруд), а також загального виду місцевості, парків, садів, полів боїв, де ці об'єкти розташовані, екскурсантам можна попередньо показати все це на макетах, моделях, планах. Це допомагає зрозуміти конструкцію об'єкта, його пропорції, розташування тощо.

Завдання екскурсовода – допомогти екскурсантам знайти точку, звідки відкривається найкращий вид. Він допомагає екскурсантам зрозуміти просторові відносини між об'єктами, їхнє розташування відносно один одного. Важливо, щоб екскурсанти уявляли розміри об'єкту. Для цього на місцевості виділяють якийсь інший об'єкт, що екскурсанти використовують як масштаб виміру: дерево, будинок, дзвіницю, людину.

У всякому об'єкті є головне й другорядне. Екскурсовод виділяє головне, відкидає другорядне, менш істотне.

Показ в екскурсії являє собою двосторонній процес, що поєднує: а) активні дії керівника (екскурсовода), спрямовані на виявлення сутності об'єктів; б) активну діяльність екскурсантів (спостереження, вивчення,



дослідження об'єктів).

Для автобусної екскурсії характерні чотири види показу:

1) на ходу автобуса з вікон при швидкості 50-60 км/год екскурсовод коментує те, що бачать екскурсанти. Такий вид показу об'єктів характерний для шляхової екскурсійної інформації;

2) спостереження з вікон у ході уповільненого руху автобуса при проходженні повз зорові об'єкти. Це дає можливість оглянути пам'ятники історії й культури, одержати поверхневе враження про них. Звичайно такий показ використовується для знайомства з додатковими об'єктами;

3) спостереження об'єктів при зупинці автобуса без виходу екскурсантів із салону. Показ ведеться з вікна автобуса. Відбувається більш глибоке знайомство з об'єктом, пам'ятними місцями. Можливість використання методичних прийомів показу обмежена;

4) на зупинці з виходом екскурсантів з автобуса. Відбувається більш глибокий показ. Використовуються методичні прийоми показу, види екскурсійного аналізу об'єкта.

Екскурсійні компанії або бюро зазвичай організовують екскурсійне обслуговування туристів в місцях їх тимчасового перебування. Відповідальні за проведення екскурсій фірми повинні мати в своєму штаті спеціально підготовлених гідів, що знають рідну мову туристів.

Зрозуміло, відсутність гіда-перекладача зіпсує враження туристів про країну тимчасового перебування, залишивши незадоволеними їх потреби в пізнанні. Вимоги до гіда-перекладача різні, але основні з них наступні:

- ✓ знання великого фактичного матеріалу і уміння змінювати пропонування текст відповідно до особливостей контингенту туристів, їх віку і соціального складу;

- ✓ творчий підхід до своєї роботи, уміння заразити своєю любов'ю до рідного міста всіх присутніх в групі;

- ✓ систематична робота над розширенням свого загального кругозору, вдосконалення професійних знань і знань іноземної мови, дотри-



мання встановлених норм і правил поведінки, коректність у взаєминах з туристами.

Обов'язки гіда-перекладача:

- ✓ добре знання і суворе виконання правил прийому і обслуговування іноземних туристів;
- ✓ супровід групи туристів в поїздці, починаючи від першого і закінчуючи останнім пунктом програми;
- ✓ забезпечення усного перекладу під час проведення всіх запланованих організаторами туру заходів;
- ✓ суворий контроль за виконанням адміністраціями об'єктів розміщення і системи харчування вимог обслуговування іноземних туристів;
- ✓ систематична самоосвіта і наукова діяльність (складання методик, написання нових текстів екскурсій) у вільний від роботи час.

При призначенні гіда на роботу з конкретною іноземною групою йому видаються перепустка в готель, де розміщені туристи, а також план поїздки з зазначенням дат, часу і місця проведення запланованих заходів.

При зустрічах або проводах групи в обов'язки гіда входять: надання допомоги туристам в проходженні митного або прикордонного контролів, інформування туристів про правила в'їзду до держав (особливо, митні правила і обмеження), про порядок обміну валюти, фотографування і кінотримки на території держави, організація отримання багажу.

При розміщенні туристів гід-перевізник повинен: представитися працівникам готелю і повідомити про приїзд групи, здійснювати допомогу адміністрації готелю з метою швидкого розселення туристів (наприклад, заздалегідь з'ясувати, хто і з ким проживатиме в одному номері), проконтролювати заповнення реєстраційних карток і допомогти туристам з цим, скласти списки туристів з вказівкою їх готельних номерів, заздалегідь розповісти про програму на весь час перебування в даному пункті стоянки, при виїзді з готелю перевірити правильність здачі ключів адміністраторові.



Якщо гідові необхідний нічліг, він розміщується в тому же готелі, що і туристи. Поселення гіда та туриста в одному номері не припустимо. При організації харчування гід зобов'язаний прибути до ресторану в точно призначений час, інформувати служби харчування про прибуття групи і можливі обмеження в харчуванні. Якщо харчування організується під час поїздки, то гід у необхідно заздалегідь з'ясувати графік харчування та повідомити про це туристів.

Необхідно відзначити, що в багатьох країнах гід-перекладач зобов'язаний мати при собі ліцензію на право займатися екскурсійною діяльністю при проведенні екскурсій. Інакше йому загрожує штраф (у багатьох туристичних центрах світу у екскурсоводів вимагають доказу легальності їх роботи). При відвідинах екскурсійних об'єктів, гід заздалегідь отримує квитки, організовує відвідання і вихід з будівлі об'єкту.

При роботі з туристами гідові категорично забороняється:

- ✓ самотійно змінювати запланований маршрут, вносити зміни до програми;
- ✓ змінювати запланований час проведення і тривалість екскурсій;
- ✓ самотійно організовувати відвідання об'єктів показу, не передбачених програмою перебування.

Туроператор, що спеціалізується на організації екскурсійних турів, повинен укласти договір з екскурсійною фірмою, розташованою в місці відпочинку туристів. Такий договір має обов'язково містити інформацію відносно:

- ✓ переліку пропонованих екскурсійною фірмою екскурсій (їх маршрут, вид транспортного забезпечення по маршруту, об'єкти відвідання);
- ✓ варіантів вартості запропонованих екскурсій (зазвичай вартість залежить від контингенту екскурсантів, розміру групи, тривалості екскурсій);
- ✓ часу бронювання екскурсійного обслуговування (за який мінімальний період часу туроператор може замовити бажану екскурсію);
- ✓ відповідальності туроператора за зрив екскурсії (мінімальний те-



рмін відмови від проведення екскурсії без штрафних санкцій);

✓ розмір штрафних санкцій з боку туроператора за порушення цього мінімального терміну.



Контрольні питання і завдання

1. Які основні відмінності між туроператором і турагентом згідно Закону України «Про внесення змін та доповнень в Закон України «Про туризм»?
2. Визначте основні типи туроператорів, які виділяються у світовій практиці?
3. Дайте порівняльну характеристику ініціативним та рецептивним туроператорам.
4. Назвіть основні функції туроператорів.
5. Назвіть основні функції турагентів.
6. Які документи потрібно надати для отримання ліцензії на здійснення діяльності в сфері туризму?
7. Що таке банківська гарантія, який її розмір?
8. Які типи договорів укладаються між туроператором і турагентом?
9. Дайте порівняльну характеристику діяльності турагентів за умови укладання договору франчайзингу та договору про партнерство.
10. В яких випадках нараховуються додаткові бонуси турагентам?
11. В якій формі відбувається нарахування додаткових бонусів туроператорами турагентам?
12. Дайте характеристику поняттю «турфірма-консолідатор».
13. Які основні параметри необхідно визначити при проведенні он-лайн пошуку турів у пошукових системах туроператорів масового ринку?
14. Яку інформацію потрібно ввести при бронюванні турів?
15. Наведіть чинники, які впливають на вартість страхового полісу?



16. Дайте характеристику поняттю «програма страхування»?
17. Які види додаткового страхування для туристів ви знаєте?
18. Назвіть випадки, які не вважаються страховою подією.
19. Які види договорів з готелями укладаються туроператорами?
20. Які основні умови потрібно передбачити у договорах між туроператором і готелем?
21. В чому сутність обов'язкової та добровільної сертифікації закладів розміщення в Україні?
22. Від яких чинників залежить вид закладу харчування (ресторанного закладу)?
23. Охарактеризуйте основні види сніданків.
24. Назвіть відомі Вам види вечерь.
25. Чим відрізняються оглядові екскурсії від тематичних? Наведіть приклади тематичних екскурсій по групах.





РОЗДІЛ 4

ТРАНСПОРТНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ТУРИЗМІ

4.1 Організація обслуговування на повітряному транспорті

4.1.1 Загальні принципи авіап перевезень

У сучасному світі істотно підвищилася роль повітряного транспорту як найбільш швидкого засобу пересування на великі відстані. Особливо великого значення набули повітряні перевезення в реалізації масового туризму. Його бурхливий розвиток в середині минулого століття сприяв створенню літаків, що відповідають різним цілям подорожей і що мають високий рівень комфорту. На борту повітряних судів і в аеропортах пасажирів пропонується різноманітний і досконалий сервіс, що робить подорожі приємними і доступними широким верствам населення.

Авіап перевезення мають низку особливостей порівняно з іншими видами транспортного обслуговування. Це пов'язано із залежністю від метеоумов; крім того, умови експлуатації повітряних судів вимагають виносити аеропорти за межі населених пунктів і потребують значного часу для підготовки пасажирів безпосередньо до перельоту. Проте завдяки головній перевазі – високій швидкості доставки, авіап перевезення складають серйозну конкуренцію наземним і водним видам транспорту.

Повітряне перевезення – це транспортування пасажирів і багажу, що виконують авіаційні підприємства на повітряних судах за встановлену плату.

Внутрішнє повітряне перевезення – це повітряне перевезення, за якого пункт відправлення, пункт призначення і всі пункти посадок розташовані на території однієї держави.

Міжнародне повітряне перевезення – це повітряне перевезення, за якого пункт відправлення і пункт призначення розташовані: відповідно на території двох держав або на території однієї держави, якщо передбаче-



ний пункт (пункти) посадки на території іншої держави.

Регулювання перевезень повітряним транспортом здійснюється відповідно до міжнародного законодавства (якщо перевезення має міжнародний характер) або до національного законодавства (якщо перевезення має внутрішній характер).

Основними документами, що регулюють міжнародні повітряні перевезення, є міжнародні глобальні і двосторонні конвенції. Двосторонні угоди укладаються переважно між двома державами, чия співпраця визначена рамками інших договорів (рамками СНД, ЄС тощо).

У міжнародних угодах широкого значення бере участь велике коло держав, які розробляють міжнародні норми і правила, що регулюють польоти, а також принципи організації повітряних перевезень над територіями цих держав.

Одним з перших правових документів в області міжнародної цивільної авіації є Варшавська «Конвенція для уніфікації деяких правил, що стосуються міжнародних повітряних перевезень», прийнята в 1929 р. У цьому нормативному акті визначені:

- ✓ термінологія міжнародних повітряних перевезень;
- ✓ порядок здійснення перевезень пасажирів і багажу авіаперевізниками повітряним простором;
- ✓ основні перевізні документи, що підтверджують договір на перевезення;
- ✓ порядок відповідальності перевізника;
- ✓ порядок приєднання держав до участі в цій конвенції.

Згодом Варшавська конвенція знайшла розвиток у доповненнях і змінах, внесених Гаагським протоколом 1955 р., Гватемалським протоколом 1971 р. і Монреальським протоколом 1975 р.

4 листопада 2003 р. набула чинності Монреальська конвенція (що була ухвалена під егідою ІКАО в 1999 р.), яка скасувала ліміти, встановлені Варшавською конвенцією стосовно виплат постраждалим в авіаката-



строфі та їх родичам. Більш того, цією конвенцією запроваджено дворівневу систему відповідальності. На першому рівні, відразу ж після настання страхового випадку, авіакомпанія (або її страховик) повинна виплатити близько 135 000 дол. кожному постраждалому навіть якщо провина перевізника не доведена. Якщо ж авіакомпанія буде визнана винною в у нещасному випадку, наступить другий рівень відповідальності, за якого сума виплат взагалі не обмежується. Збільшена також відповідальність перевізника за багаж пасажирів, що є дуже важливим чинником, оскільки Варшавською конвенцією сума компенсації за втрачений багаж обмежувалась 20 дол. за 1 кг.

Іншим важливим документом міжнародного повітряного права в області регулярного повітряного сполучення є «Чикагська конвенція про міжнародну цивільну авіацію» 1944 р. Цією конвенцією було закладено ряд принципів здійснення польотів в світовому повітряному просторі, згідно яким кожна договірна держава надає іншим договірним державам наступні права:

- ✓ пролітати над її територією без посадки;
- ✓ приземлюватися з некомерційними цілями (для заправки, зміни екіпажа, технічних цілей тощо);
- ✓ висаджувати пасажирів, відвантажувати пошту та багаж, що були взяті на борт на території держави, національну приналежність якої має повітряне судно;
- ✓ брати на борт пасажирів, пошту та багаж з місцем призначення на території держави, національну приналежність якої має повітряне судно;
- ✓ брати на борт пасажирів, пошту та багаж з місцем призначення на території будь-якої іншої договірної держави, а також висаджувати пасажирів, відвантажувати пошту та багаж, що прибули з будь-якої такої території.

Серед правових документів, що регламентують міжнародне повітряне сполучення, важливе значення мають також «Угода про міжнародний повітряний транспорт» (Чикаго, 1944 р.); «Угода про транзит міжна-



родними повітряними лініями» (Чикаго, 1944 р.); Римська «Конвенція про відшкодування шкоди, заподіяної іноземними повітряними судами третім особам на поверхні» (Рим, 1952 р.); Токійська «Конвенція про правопорушення і деякі інші дії, що здійснюються на борту повітряного судна» (Токіо, 1963 р.) тощо.

Для регулювання діяльності у світовому повітряному просторі було створено декілька міжнародних організацій, метою яких стала розробка основних стратегічних напрямів в розвитку міжнародного авіаційного сполучення. До найбільш значущих організацій відносяться *Міжнародна організація цивільної авіації ICAO (International Civil Aviation Organization)* і *Міжнародна асоціація повітряного транспорту IATA (International Air Transport Association)*.

Окрім міжнародних структур, що регулюють діяльність повітряного транспорту, існує ряд регіональних міжурядових організацій, що опікуються питаннями розвитку цивільної авіації. До них належать:

1. Європейська конференція цивільної авіації і Європейська організація з безпеки аеронавігації Євроконтроль.
2. Африканська комісія цивільної авіації, що об'єднує 32 держави Африки.
3. Рада цивільної авіації арабських держав, куди входять 20 країн цього регіону.
4. Латиноамериканська комісія цивільної авіації, до складу якої входять 19 країн Південної і Центральної Америки, а також Карибського басейну.

Метою всіх цих об'єднань є розв'язання завдань, пов'язаних з підвищенням безпеки польотів в своїх регіонах, з координацією авіаційної діяльності відповідних держав, удосконаленням системи контролю повітряної навігації у регіонах.

В Україні ухвалено кілька сотень нормативних актів, які стосуються питань авіаперевезень, серед них Повітряний кодекс України, Правила



перевезення пасажирів і багажу тощо.

Повітряне перевезення здійснюється на основі укладання договору перевезення пасажирів, вантажу або пошти з перевізником.

Перевізник – це експлуатант, який має ліцензію на здійснення повітряного перевезення пасажирів, багажу або пошти.

За договором повітряного перевезення пасажирів перевізник зобов'язується перевезти пасажирів повітряного судна в пункт призначення з наданням йому місця на повітряному судні, що здійснює рейс, вказаний в квитку, а в разі повітряного перевезення пасажиром багажу також доставити цей багаж в пункт призначення і видати його пасажирові або уповноваженій на отримання багажу особі.

Термін доставки пасажирів і багажу визначається встановленими перевізниками правилами повітряних перевезень.

Пасажир повітряного судна зобов'язаний сплатити повітряне перевезення, а за наявності у нього багажу надвстановленої перевізником норми безкоштовного провозу багажу і провозу цього багажу.

Кожен договір повітряного перевезення і його умови засвідчуються перевізними документами, які видаються перевізником або його агентами. До перевізних документів належать:

✓ *квиток* – документ, що має назву «Пасажирський квиток та багажна квитанція», у тому числі електронний квиток, виданий перевізником (його агентом), який включає умови договору перевезення та повідомлення, разом з польотними та пасажирським купонами;

✓ *пасажирський квиток* – складова квитанція, виданого перевізником (його агентом), згідно з яким здійснюється перевезення пасажирів;

✓ *пасажирський купон (або пасажирська квитанція)* – складова пасажирського квитка, яка становить собою письмове повідомлення стосовно умов перевезення пасажирів;

✓ *багажна квитанція* – частина квитанції, яка визначає умови перевезення зареєстрованого багажу (у тому числі квитанція для одержання



багажу, що видана перевізником і додається до квитка).

Виконання умов договору на перевезення є обов'язковим незалежно від того, регулярне це перевезення або чартерне. Слід враховувати, що укладення договору на перевезення пасажирів передбачає низку правил.

1. Час відправлення, указаний у розкладі і квитку, не є обов'язковою умовою договору і перевізником не гарантується. У цілях гарантування безпеки польоту рейс може бути скасований, перенесений або затриманий. Причиною цих змін можуть бути погані умови погоди в аеропортах вильоту, прильоту або зупинних пунктах, стихійні лиха, погіршення стану злітно-посадкової смуги тощо.

2. Перевізник залишає за собою право здійснити заміну повітряного судна, змінити маршрут перевезення і пункти посадки, вказані в розкладі і квитку. Це право перевізника також обґрунтоване необхідністю гарантування безпеки пасажирів у разі поломки повітряного судна або виникнення форс-мажорних ситуацій по маршруту проходження.

У будь-якому з перерахованих вище випадків перевізник, зважаючи на законні інтереси пасажирів, зобов'язаний:

- ✓ попередити їх про зміну розкладу;
- ✓ виконати перевезення іншим своїм рейсом або рейсом іншого перевізника;
- ✓ організувати обслуговування зареєстрованих пасажирів в аеропорту або забезпечити їх готелем в установленому порядку;
- ✓ якщо обставини такі, що пасажир вимушений відмовитися від перевезення внаслідок зміни розкладу, то перевізник зобов'язаний повернути йому грошову суму за перевезення, що не відбулося.

3. Перевізник має право відмовити в перевезенні пасажирів, якщо його документи неправильно оформлені або надані не в повному обсязі. При цьому слід мати на увазі, що наявність, достовірність і правильність оформлення документів, виданих державними органами, залежать тільки від компетентності цих органів і самого громадянина, у зв'язку з чим всі



.....
претензії, що пред'являються часто в таких ситуаціях до перевізника пасажиром, є необґрунтованими. Перевізник не несе жодної відповідальності за оформлення таких документів.

4. Пасажир має право перервати подорож і зробити зупинку в будь-якому проміжному аеропорту, якщо в ньому передбачена посадка. Така зупинка називається «Stopover». Пробувши в пункті посадки необхідний йому час, турист може продовжити мандрівку по даному маршруту. При цьому він може відразу забронювати місце на аналогічному рейсі (якщо точно відома дата продовження польоту) або запросити підтвердження на будь-якому рейсі цієї авіакомпанії.

Така зупинка в дорозі можлива, якщо:

- ✓ вона дозволена державними органами тієї країни, де передбачається її зробити;
- ✓ пасажир заздалегідь заявив перевізникові про своє бажання скористатися цим правом;
- ✓ вона зроблена в межах терміну дії квитка;
- ✓ вона врахована при розрахунку тарифу і оформлена в квитку.

Якщо при купівлі квитка пасажир не заявив про зупинку в проміжному аеропорту, а вирішив скористатися цим правом в процесі перельоту, то він може продовжити політ після відшкодування перевізникові різниці в тарифі, а також втрат в разі затримки рейсу, пов'язаного із зняттям з літака його багажу, який був оформлений до кінцевого пункту.

Вимушена зупинка, що зумовлена хворобою пасажирів або члена його сім'ї, що прямує з ним на одному рейсі, є винятком і не вимагає відшкодувань.

Слід мати на увазі, що право на Stopover розповсюджується в основному на перевезення, оформлені за нормальними тарифами. Якщо турист має квиток, оформлений за спецтарифом, то зупинки в дорозі здійснюються з урахуванням обмежень або взагалі забороняються відповідно до правил застосування такого тарифу.



Пасажи́р зобов'язаний дотримуватися усіх законів, ухвал, правил і розпоряджень компетентних органів держави, в яку або через територію якого здійснюється його перевезення. Це стосується виконання вимог спецконтролю, митних, паспортних, візових, санітарних чи інших формальностей, а також правил і інструкцій перевізника.

Загальні правила перевезення, а також права та обов'язки пасажирів та перевізників регламентуються Міжнародними та національними конвенціями і нормативними актами. У той же час авіакомпанії самостійно можуть встановлювати власні правила. У будь-якому випадку турист має бути проінформований про загальні правила та особливості авіаперевезень, що обумовлені як міжнародними, міждержавними та національними законодавчо-нормативними актами, так і внутрішніми правилами авіакомпаній.

Вага ручної поклажі не повинна перевищувати 5, іноді 7 кг. Ручна поклажа повинна розміщуватися на полиці або під сидінням. У ручну поклажу не можуть бути взяті колючі і ріжучі предмети будь-яких розмірів (у т.ч. манікюрні ножиці, гострі пилочки для нігтів тощо). При виявленні таких предметів в ручній поклажі, вони можуть бути конфісковані службою безпеки перевізника.

Понад установлену норму безкоштовного провозу багажу можна також брати в літак:

- ✓ дамську сумочку або папку для паперів;
- ✓ друковані видання для читання в польоті;
- ✓ харчування для дитини і дитячу дорожню колиску;
- ✓ парасольку або тростину;
- ✓ пальто або плащ;
- ✓ складну інвалідну коляску і/або милиці, якщо такі предмети необхідні пасажиріві.

Бортпровідники рекомендують розміщати ручну поклажу у такий спосіб:

- ✓ верхній одяг і м'яку поклажу покласти на полицю, розташовану



над місцем пасажиру;

- ✓ важкі та громіздкі речі помістити під сидіння крісла, що знаходиться попереду;

- ✓ головне – не залишати ручну поклажу в аварійних виходах і у проходах.

Норми безкоштовного провозу багажу встановлюються авіакомпанією. Тому існують певні обмеження на вагу, розмір і кількість місць багажу, які авіапасажир може взяти із собою в політ. Норма безкоштовного провозу багажу становить:

- ✓ в економ-класі 20 кг;
- ✓ у бізнес-класі 30 кг;
- ✓ у першому класі 40 кг.

Плануючи поїздку, бажано заздалегідь зважити багаж, якщо є підозра що вага перевищить норми безкоштовного провозу багажу. Якщо багаж перевищує встановлені норми, пасажир має сплатити за кожен кілограм наднормативного багажу. Доплату за наднормативний багаж можна зробити безпосередньо в представництві авіакомпанії, або її уповноваженого агента. Розмір доплати залежатиме від відстані, що долає літак.

Максимальні розміри (довжина + ширина + висота) кожного місця багажу не повинні перевищувати 160 см. Наднормативний багаж буде перевезений тільки при наявності технічних можливостей.

Зазначені норми не поширюються на:

- ✓ негабаритний багаж (вага одного місця, якого не перевищує 30 кг);
- ✓ устаткування для лижного спорту, гольфа або водних видів спорту;
- ✓ телевізори, магнітофони або іншу електронно-побутову техніку, вагою більше 10 кг;
- ✓ свійських тварин і птахів, за винятком собак поводитирів;
- ✓ квіти, саджанці рослин, харчову зелень, вагою більше 5 кг.

Про перевезення вищевказаних предметів пасажир має заздалегідь (під час купівлі квитка) повідомити авіакомпанію. Після підтвердження



технічної можливості перевезення такого багажу, він окремо бронюється і сплачується пасажиром.

При польотах у США, Канаду, Аргентину, Бразилію, Мексику ця норма зазвичай становить два місця. Іммігрантські тарифи передбачають спеціальні норми провозу багажу. Ці норми можуть перевищувати звичайні в 2 – 3 рази.

З метою гарантування безпеки пасажирів перевізник може відмовити в перевезенні багажу. Пасажирові може бути відмовлене в перевезенні наступних предметів:

1. Речей, які можуть заподіяти шкоду повітряному судну, особам, що перебувають на борті повітряного судна або їхньому майну:

- ✓ стиснені гази (горючий, негорючий або отруєні: побутовий газ, бутан, кисень, пропан, заряджені балони аквалангістів);
- ✓ їдкі речовини (кислоти, акумулятори, ртуть і апарати, які містять ртуть);
- ✓ вибухонебезпечні предмети (боєприпаси, спорядження, піротехнічні засоби, сигнальні ракети, освітлювальні патрони);
- ✓ легкозаймисті рідкі й тверді речовини (у т.ч. рідина або балони для заправлення запальничок);
- ✓ сильнонамагнічені предмети.

2. Речей, перевезення яких заборонено законами, правилами й нормативними актами державних органів будь-якої країни на територію, з території або через територію яких здійснюється перевезення:

- ✓ радіоактивні матеріали;
- ✓ отруйні речовини (миш'як, ціаніди тощо);
- ✓ інфекційні матеріали (бактерії, вірусні культури тощо).

3. Речей, які за своєю масою, розмірам або за іншими характеристиками не можуть перевозитися як багаж: тварин (за винятком собак, котів й інших кімнатних приручених тварин, які приймаються до перевезення тільки за попереднім дозволом перевізника й при виконанні певних умов



пасажирами відповідно до правил такого перевезення).

На безперешкодний провіз зброї, рацій необхідно оформити дозвіл.

Спеціальний багаж, наприклад, музичні інструменти, може перевозитися в салоні літака й навіть в окремому кріслі, але для цього необхідно купити додатковий авіаквиток.

Коштовні й ділові папери, паспорти й інші документи, ліки й тендітні предмети, ювелірні вироби рекомендується перевозити в ручній поклажі.

При перельотах у США запальнички також заборонені до перевезення незалежно від їхнього наповнення, вартості та виробника.

17 жовтня 2006 р. Європарламент ухвалив закон, що регулює перевезення низки предметів у ручній поклажі. Закон набув чинності 06 листопада 2006 р. і його дотримання є твердим і немає виключень і стосується *провозу рідини у ручній поклажі*.

Відповідно до Міжнародних правил з безпеки польотів, будь-які рідини (включаючи гелі, пасти тощо), що проносяться в кабіну літака, за об'ємом мають бути в ємностях не більше 100 мл (1 децилітр). Самі ці ємності мають бути покладені в один абсолютно прозорий пластиковий пакет, що застібається, об'ємом не більше одного літра для наступного сканування на пунктах авіаційної безпеки в аеропортах.

Винятки – медикаменти (наприклад, для діабетиків) і дитяче харчування, необхідне на час польоту. Загальний обсяг перевезеної рідини в ручній поклажі не більше 1 літра. Пасажирам дозволено брати на борт літаків рідину, що була придбана в магазинах безмитної торгівлі Duty Free. Ці товари мають бути упаковані таким чином, щоб пасажери могли безперешкодно пройти контроль авіаційної безпеки у будь-яких пунктах на території країн Європейського співтовариства (а також Ісландії й Норвегії).

Рідиною вважається: аерозолі; кулькові й інші дезодоранти; шоколадна паста; креми; напої; речовини, що утворюють піну; сир; гелі; гель для волосся; рідкі помади, наприклад блиск для губ; рідка туш; рідкі суспензії; лосьйони; олія; паста; арахісове масло; парфуми; м'який сир, на-



приклад камамбер; піна для гоління; гелі для душу; супи; спреї; сиропи; зубна паста; вода; йогурт; а також інші речовини подібної консистенції.

Не вважається рідиною: пудра для обличчя, рум'яна; твердий сир, наприклад едамський, пармезан; бутерброди з арахісовим маслом; бутерброди із шоколадною пастою; тверда помада; тальк.

В умовах постійно зростаючої загрози тероризму, пріоритетним напрямом діяльності будь-якої авіакомпанії є гарантування безпеки пасажирів на всіх етапах авіап перевезення, починаючи з моменту реєстрації на рейс і закінчуючи одержанням багажу в аеропорті призначення. Особлива увага приділяється гарантуванню безпеки пасажирів в польоті та підтриманню встановленого порядку на борту повітряних суден. Це пов'язано також із тим, що останнім часом у всьому світі спостерігається збільшення кількості інцидентів, що трапляються у зв'язку із протиправною поведінкою окремих пасажирів під час польоту. Нажаль, така негативна тенденція не оминула і цивільну авіацію України.

Деякі пасажирів, перебуваючи переважно у стані алкогольного сп'яніння, ігнорують встановлені правила поведінки в польоті та чинять протиправні дії на борту повітряного судна, чим дестабілізують психологічний мікроклімат на борту, суттєво заважають нормальній роботі членів екіпажу, вносять дискомфорт для інших пасажирів, та можуть створювати реальну загрозу безпеці польоту.

Тому з метою запобігання вищеназваним ситуаціям, згідно Токійської конвенції 1963 року, командир повітряного судна задля гарантування безпеки польоту та збереження дисципліни на борту може висадити будь-якого пасажирів, який здійснив чи збирається здійснити на борту повітряного судна акт, що створює небезпеку для повітряного судна, людей або їх власності, на території будь-якої держави, де повітряне судно здійснює посадку.

У випадку будь-яких агресивних дій з боку пасажирів, члени екіпажу мають право використати всі можливості, включаючи заходи фізичного стримування, для врегулювання ситуації та передачі правопорушника



представникам правоохоронних органів в аеропорті посадки. При цьому командирам повітряних суден для відновлення порядку на борту та забезпечення безпеки пасажирів надано право здійснювати незаплановану посадку у будь-якому найближчому аеропорті.

Крім того, авіакомпанії зазвичай створюють так звані «Списки небажаних пасажирів» (або, як їх часто називають ЗМП – «Чорні списки»), згідно з якими авіакомпанія, враховуючи рівень громадської небезпеки скоєного правопорушником дій, відмовляє певній особі протягом деякого часу в наданні послуг з перевезення. Авіакомпанії також обмінюються власними «чорними списками», що може призвести до того, що пасажирові буде відмовлено у перевезенні декількома перевізниками.

До переліку протиправних дій, які можуть призвести до внесення даних правопорушника до «Списку небажаних пасажирів» можна віднести:

- ✓ відмова виконати законні вимоги членів екіпажу повітряного судна;
- ✓ навмисне перешкоджання членам екіпажу повітряного судна під час виконання ними своїх посадових обов'язків;
- ✓ ігнорування вимог гарантування безпеки польотів (користування електронними приладами під час зльоту або посадки, використання мобільного телефону під час польоту, відмова пристебнути ремені безпеки);
- ✓ усні образи на адресу членів екіпажу або інших пасажирів;
- ✓ усні погрози життю та здоров'ю членів екіпажу або інших пасажирів;
- ✓ паління на борту повітряного судна;
- ✓ вживання спиртних напоїв, якщо їх не було подано екіпажем пасажирської кабіни;
- ✓ будь-яка форма фізичного впливу на членів екіпажу або інших пасажирів;
- ✓ сексуальні домагання стосовно членів екіпажу або інших пасажирів;
- ✓ пошкодження особистого майна членів екіпажу, пасажирів або повітряного судна;



- ✓ несанкціоновані спроби відкриття дверей та аварійних люків повітряного судна;
- ✓ неадекватна поведінка, що спричинила паніку у пасажирській кабіні;
- ✓ будь-яка інша дія, яка створює загрозу безпеці польотів або має ознаки злочину, відповідальність за скоєння якого передбачена кримінальним законодавством України.

Крім того, будь-яка авіакомпанія залишає за собою право звернутися з позовом до суду на пасажирів у разі скоєння ним будь-яких протиправних дій під час польоту.

4.1.2 Чартерні рейси як засіб для організації масових туристських авіап перевезень

В організації масових туристських подорожей широко використовуються перевезення туристів на умовах авіачартеру. Найбільш вигідні вони туристам і авіакомпаніям на серійних маршрутах.

Чартер (англ. charter зафрахтоване судно) – це комерційний рейс, спеціально зафрахтований для перевезення мандрівників за певним маршрутом у певний період часу.

Чартерні рейси виникли як результат співпраці авіакомпаній і турфірм. Перші прагнули будь-яким чином використовувати літаки, які простоюють, інші хотіли отримати дешевші квитки для подальшого формування конкурентоспроможної ціни на турпакети.

Чартерний рейс має ряд відмінностей від регулярного:

- ✓ його немає в розкладі регулярних польотів;
- ✓ маршрут його нерідко визначає не авіакомпанія (яка розробляє маршрути регулярних ліній), а замовник, який має заплатити за цей рейс;
- ✓ він дешевший порівняно з регулярним.

Проте слід мати на увазі, що у пасажирів, що купив квиток на чарте-



=====
рний рейс, більше шансів прибути в пункт призначення із запізненням порівняно з пасажиром, який придбав квиток на регулярний переліт.

Чартерні перевезення можуть бути організовані на внутрішніх і на міжнародних лініях як по вже розроблених регулярних, так і по нових маршрутах.

При чартерному перевезенні в ролі замовника може виступати будь-яка організація: крупне ділове об'єднання, туристська фірма, промислове підприємство, навчальний заклад, громадська організація, політична партія тощо. Ці організації можуть фрахтувати повітряні судна для:

- ✓ здійснення перевезень своїх співробітників з діловими або іншими цілями, для доставки туристів до місць відпочинку;
- ✓ перевезення вболівальників в місця проведення спортивних заходів;
- ✓ здійснення перевезень молоді і школярів з метою реалізації екскурсійно-розважальних програм;
- ✓ організації перевезень віруючих в центри паломництва;
- ✓ перевезення учасників конгресів, з'їздів і конференцій в місця їх проведення.

У зв'язку з цим у світовій практиці розрізняють ряд комерційних різновидів чартерів.

Закритий чартер. Його особливістю є те, що за перевезення своїх співробітників повністю платить організація, що купує чартер. Як правило, маршрути таких перевезень не входять в регулярні повітряні лінії. Закритий чартер в загальному обсязі чартерних рейсів займає незначний відсоток.

Цільовий чартер. Це перевезення спеціалізованих груп пасажирів, об'єднаних будь-якою метою: футбольні вболівальники, спортсмени, що летять на крупні міжнародні змагання; члени професійних асоціацій, учасники фестивалів, паломники тощо. Замовником чартеру є відповідна організація, яка частково може сплатити своїм членам перевезення.



Інклюзив-тур чартер. Зазвичай, це перевезення туристів, що організоване і сплачене туроператором. При цьому вартість квитка включається у вартість туру. Переліт у такому разі обходиться туристам достатньо дешево, оскільки ціна авіаквитка при авіачартері на 30 – 50 % нижче в порівнянні з найдешевшими пільговими тарифами. Інклюзив-тур чартер і цільовий чартер є найбільш поширеними видами авіаперевезень на чартерному ринку.

Блок-чартер. Цей варіант передбачає покупку замовником тільки частини комерційної ємкості літака (20 – 30 місць) на регулярному рейсі. При цьому оплата здійснюється, як правило, за весь блок місць незалежно від того, будуть використані всі куплені місця чи ні. Блок-чартер використовується зазвичай в тому випадку, якщо у турфірми не достатньо туристів, щоб орендувати літак повністю. Договір на квоту місць між турфірмою і перевізником може носити «жорсткий» або «м'який» характер. При «жорсткій» квоті місць фірма не має права відмовитися від нереалізованих заявлених місць, і в цьому випадку вона зазнає фінансові збитки. Якщо договір укладений за «м'якою» схемою, то авіакомпанія встановлює граничний термін, до якого туроператор може відмовитися від квоти заявлених місць або її частини. За такого варіанта перевізник залишає за собою право продажу цих місць іншим своїм клієнтам.

Блок-чартер не завжди вигідний авіакомпаніям, оскільки продаж авіаквитків в цьому випадку відбувається за нижчою ціною, ніж звичайно.

Нецільовий чартер. Він є перевезенням, при якому група авіапасажирів підбирається незалежно від мети подорожі. Організатором такого виду перельоту може бути яка-небудь транспортна компанія, що виступає в якості посередника при пасажирських перевезеннях з одного пункту в іншій.

Спліт-чартер. Відноситься до найбільш складного виду перевезення пасажирів, яке здійснюється регулярними і нерегулярними рейсами на різних ділянках маршруту. При цьому до сформованої групи можуть входити пасажирів, що прямують в різні кінцеві пункти.



Залежно від умов використання літака чартери можна поділити на кілька видів: разовий чартер, тайм-чартер і чартерний ланцюг.

При *разовому чартері* літак доставляє туристів до пункту призначення і тут же відлітає назад. Якщо рейс запланований «туди – назад», то через якийсь час літак повинен прилетіти за туристами, щоб забрати їх в первинний пункт відправлення. При такому перевезенні фрахтувальник повітряного судна замовляє польоти на визначені дати, і в ці дати авіакомпанія зобов'язана надати повітряне судно для виконання чартерного рейсу. У решту часу перевізник використовує літак на свій розсуд.

Разові чартери використовуються досить рідко, оскільки вони вимагають занадто великих витрат на паливо. Кількість авіапалива, що необхідна для перельоту, залежить від маршруту і типу повітряного судна. Купувати паливо на холості прогони літака (після висадки туристів літак летить назад, як правило, порожнім і порожнім же повертається за ними) вкрай невигідно. *Такий тип чартеру доцільно використовувати при організації турів у новорічний період, період травневих свят тощо.*

Тайм-чартер передбачає фрахтування повітряного судна на певний період часу. При цьому після доставки пасажирів з одного пункту в інший літак не відлітає назад, а залишається в аеропорту прильоту на весь час перебування туристів в пункті призначення. Іноді тайм-чартер називають «разовий з відстоєм». Тайм-чартер вигідний замовникові в тому випадку, якщо час перебування туристів в пункті призначення не дуже великий (від 1 до 3-4 днів). При цьому замовник оплачує час використання літака, виходячи з вартості льотної години і вартості простою літака, несе додаткові витрати на стоянку повітряного судна в аеропорту, оплачує утримання і розміщення екіпажа, а в деяких випадках і витрати перевізника за зняття лайнера з регулярного рейсу. На практиці *такий тип чартеру доцільно використовувати при організації коротких турів на певні масові заходи (наприклад, відвідування футбольного матчу).*

Чартерний ланцюг є видом чартеру, при якому літак з регулярною



.....
періодичністю здійснює чартерні перевезення в один (або кілька) пунктів призначення за човниковою схемою «туди – назад». При цьому одну групу туристів він відвозить, а іншу забирає. Такі чартерні рейси називають ще чартерними на регулярній основі, оскільки за своєю сутністю вони близькі до регулярних перевезень.

Організовувати чартерні ланцюги вигідно в сезон масових перевезень, пов'язаних з відпочинком туристів. При цьому непродуктивними витратами є лише перший і останній рейси повітряного судна (коли літак повертається порожнім після доставки першої групи туристів і летить порожнім за останньою групою). Витрати на холості прогони повітряного судна турфірма розподіляє між всіма ланками ланцюга. Тому чим довше сам чартерний ланцюг і частіше перельоти, тим менше будуть витрати турфірми на перевезення порожніх місць і тим дешевше обходитиметься туристам перевезення. Чартерний ланцюг, як правило, організовується на період часу у 4 – 5 місяців з частотою рейсів 1 – 2 рази на тиждень, рідше один раз в 10 – 14 днів.

Після закінчення кожного човникового рейса чартерного ланцюгу повітряне судно використовується авіакомпанією на свій розсуд, але до моменту здійснення нового перельоту воно повинне бути надане замовникові в аеропорт відправлення. Відповідальність за своєчасну доставку літака в пункт початку чартерного рейсу перевізник бере на себе, при цьому чи будуть перегони лайнера холостими або завантаженими вирішує для себе сама авіакомпанія. Турфірма не оплачує перегони повітряного судна в пункт початку перевезення та із нього, але і перевізник не зобов'язаний проводити будь-які компенсаційні виплати замовникові в разі комерційного завантаження рейсу в інший час.

Реалізація чартерної програми починається із укладання договору між фрахтувальником повітряного судна і перевізником. Контракт-договір чартеру є основним правовим документом, що регулює даний вид перевезення.

За договором чартеру одна сторона (фрахтувальник) зобов'язується



надати іншій стороні (фрахтувальникові) за плату всю місткість або частину місткості одного або декількох повітряних судів на один або декілька рейсів для перевезення пасажирів, багажу, вантажів, пошти або інших цілей. Договір на авіачартер відноситься до договорів оренди транспортного засобу з екіпажем. За договором оренди (фрахтування на певний час) транспортного засобу з екіпажем орендодавець надає орендареві транспортний засіб за плату в тимчасове володіння або користування і надає своїми силами послуги з управління ним і його технічній експлуатації.

Договір на оренду транспортного засобу з екіпажем передбачає накладення ряду обов'язків на обидві сторони. Зокрема, орендодавець зобов'язаний підтримувати в належному стані зданий в оренду транспортний засіб, здійснювати його поточний і капітальний ремонт, надавати необхідне приладдя. Послуги, що надаються орендодавцем з управління і технічної експлуатації транспортного засобу, повинні забезпечувати його нормальну і безпечну експлуатацію відповідно до цілей оренди, вказаних в договорі.

Склад екіпажа транспортного засобу і його кваліфікація повинні відповідати обов'язковим для сторін правилам і умовам договору, а якщо обов'язковими для сторін правилами такі вимоги не встановлені, – вимогам звичайної практики експлуатації транспортного засобу даного виду і умовам договору.

Члени екіпажа є працівниками орендодавця. Вони виконують розпорядження орендодавця, що відносяться до управління і технічної експлуатації, і розпорядженням орендаря, що стосуються комерційної експлуатації транспортного засобу. Якщо договором оренди не передбачене інше, витрати з оплати послуг членів екіпажа, а також витрати на їх утримання несе орендодавець.

Обов'язки орендаря передбачають покладання на нього витрат, що виникають у зв'язку з комерційною експлуатацією транспортного засобу, зокрема витрат на оплату палива і інших матеріалів, що витрачаються при експлуатації, і оплату зборів, якщо інше не передбачене договором. На-



.....
приклад, у 2008 році при різкому здороженні нафти турфірми до вартості турпакету додавали так званий «паливний збір».

Якщо інше не передбачене договором оренди транспортного засобу з екіпажем, обов'язок страхувати транспортний засіб і (або) відповідальність за збиток, який може бути заподіяний ним або у зв'язку з його експлуатацією, покладається на орендодавця в тих випадках, коли таке страхування є обов'язковим через закон або договір.

Орендар має право без згоди орендодавця здавати транспортний засіб в оренду. В рамках здійснення комерційної експлуатації він також має право без згоди орендодавця від свого імені укладати договори перевезення з третіми особами, якщо вони не суперечать цілям використання транспортного засобу, вказаним в договорі оренди, а якщо такі цілі не встановлені – призначенню транспортного засобу. При цьому замовник несе повну відповідальність за всі дії третіх осіб, з якими він уклав договір з використання повітряного судна, наданого йому орендодавцем.

Основні відомості, які повинні бути відображені в контракт-договорі чартеру.

1. *Конкретні умови перевезення.* Вони передбачають визначення мети перевезення; типу повітряного судна, що виділяється для перевезення; місця відправлення і призначення; дати вильоту рейсу; максимального комерційного завантаження чартеру, кількості пасажирів і багажу.

Якщо виконується разовий чартер, то в договорі вказуються конкретні дати вильоту повітряного судна при здійсненні доставки туристів в пункт призначення і назад. У разі «тайм-чартеру» вказується період часу, на який фрахтується літак, а також маршрут, за яким виконуватимуться польоти. Якщо виконується чартерний ланцюг, то в договорі вказується загальна кількість рейсів і дати виконання кожного з них. Графік польотів повинен бути представлений в договорі у вигляді додатку до нього.

2. *Вартість перевезення.* У договорі вказується повна вартість чартерного перевезення, зокрема визначається *вартість-нетто* (чиста вар-



тість, що отримується перевізником) і *вартість-брутто* (до неї включені комісійні, аеропортові і інші збори, оплата яких повинна проводитися замовником). Основними чинниками, що визначають вартість чартеру в цілому, є: ціна палива, вартість льотної години даного типу літака, витрати на технічне і аеропортове обслуговування, вартість бортового харчування, а також форма організації чартерного рейсу (разовий «туди», разовий «туди і назад», рейс з відстоєм, чартерний ланцюг, блок-чартер).

Якщо планується «тайм-чартер», то до перерахованого переліку включатимуться витрати на стоянку літака в аеропорту призначення і на утримання та розміщення екіпажу. Якщо організовується чартерний ланцюг, то ціна його в значній мірі залежатиме від загальної кількості рейсів. Якщо для перевезення продається лише частина місць в літаку, вартість розраховуватиметься виходячи з конкретної кількості місць в блоці так званого «блок-чартерного тарифу». Блок-чартерні тарифи – одні з найнижчих, встановлюються у кожному конкретному випадку конфіденційно для кожної конкретної фірми і часто залежать від кількості пасажирів, які входять до групи, що перевозиться.

Крім цього, існує цілий ряд інших чинників, що впливають на ціну чартерного рейсу: маршрут перевезення, який обрав замовник; терміновість перевезення; сезон; час доби; насиченість регулярних авіаліній; пасажирський ринок країни; наявність і кількість конкурентів на напрямі; величина нормальних і пільгових тарифів тощо. Неабияку роль відіграє і запланований авіакомпанією прибуток (норма прибутку), який в середньому складає 15 – 20 % (а взагалі може коливатися від 5 до 50 %). Ціна чартеру є комерційною таємницею, відомою лише орендодавцеві і замовникові, що уклав угоду на здійснення даного виду перевезення.

Звичайно при підписанні контракту замовник повинен внести депозит у розмірі певного відсотка від суми платежу – брутто. Оплату разових рейсів замовник здійснює повністю, як правило, за декілька днів до вильоту (5 – 7 днів). При чартерних ланцюгах спочатку оплачується останній рейс як умо-



ва, що гарантує повернення туристів, а потім по мірі виконання чартерної угоди консолідатор регулярно перераховує гроші за кожен наступний рейс. На практиці можуть зустрічатися і інші схеми взаєморозрахунків.

3. *Права і обов'язки перевізника і замовника.* Згідно з угодою перевізник бере на себе виконання всіх формальностей, пов'язаних з виконанням польотів. До них відносяться:

- ✓ імміграційні, митні, прикордонні, карантинні формальності;
- ✓ отримання дозволів на проліт над тими чи іншими територіями;
- ✓ отримання дозволів авіаційних властей на виконання чартерного перевезення;
- ✓ оформлення чартерних квитків і інших перевізних документів;
- ✓ оперативне інформування замовника про відхилення від графіка польотів і поточний стан повітряного судна.

З метою гарантування безпеки польотів перевізник має право переносити або скасовувати виліт; зменшувати допустиме комерційне завантаження судна; здійснювати протягом польоту посадки, робити зупинки, змінювати маршрут або припиняти політ. В останньому випадку перевізник зобов'язаний повернути замовникові частину вартості перевезення, відповідну до невиконаної частини договірних зобов'язань.

В обов'язки замовника входить:

- ✓ своєчасне надання виконавцеві списків пасажирів;
- ✓ забезпечення своєчасної доставки пасажирів і багажу в аеропорт відправлення з урахуванням часу, необхідного для проходження адміністративних формальностей;
- ✓ забезпечення пасажирів необхідними документами на виїзд в країну призначення або транзиту (у разі перевезення особливих груп багажу – забезпечити наявність відповідних дозволів на його ввезення/вивезення). На замовника покладається відповідальність і усі витрати у разі депортації пасажирів. Замовник також повинен своєчасно внести плату за чартерне перевезення, передбачене договором.



4. *Мінімальне комерційне завантаження.* У договорі визначається мінімальне комерційне завантаження повітряного судна, при якому виконуватиметься рейс. При завантаженні повітряного судна, яке нижче за обумовлений договором мінімальний рівень, авіакомпанія може планувати чартерні рейси на користь кількох замовників, а також передбачити завантаження повітряного судна на свій розсуд. Таким чином, у разі наявності вільних місць у такому літаку, перевізник має право перевозити будь-яких інших пасажирів, багаж, пошту і вантажі з дотриманням правил країни відправлення і країни призначення, встановлених для перевезення, без будь-якої виплати компенсації замовникові.

5. *Витрати, не пов'язані з виконанням чартерного перевезення.* У договорі наголошується, що всі витрати, не пов'язані з виконанням чартерного перевезення, повинні бути віднесені на рахунок замовника. Сюди входять наземне перевезення пасажирів з міста в аеропорт і у зворотному напрямку назад, розміщення в готелі і пунктах збору груп.

6. *Витрати, пов'язані із затримкою вильоту.* За погодженням сторін визначаються умови компенсації витрат, обумовлених затримкою рейсу. Зазвичай при затримці вильоту з вини замовника більш ніж на 3 години останній повинен сплатити перевізникові за кожну годину простою 20 % вартості льотної години, що врахована у вартості рейсу. Якщо ж відбудеться затримка вильоту рейсу з вини перевізника більш ніж на 24 години, то останній зобов'язаний виплатити замовникові вартість всіх понесених розумних витрат, пов'язаних з обслуговуванням і розміщенням пасажирів.

7. *Розірвання договору.* Обидві сторони мають право розірвати договір. Авіакомпанія може скористатися цим правом в наступних випадках:

- ✓ ненадходження платежів за перевезення з боку замовника;
- ✓ невиконання замовником зобов'язань з мінімального комерційного завантаження повітряного судна;
- ✓ відсутність авіапалива або скорочення його ліміту;
- ✓ залучення літака на виконання урядових завдань.



Замовник має право відмовитися від рейсу у випадках:

- ✓ затримки рейсу більш ніж на обумовлений проміжок часу;
- ✓ заміни типу повітряного судна, якщо внаслідок цього не забезпечуватимуться обсяг і якість перевезення, передбачені за договором.

У решті випадків замовник може відмовитися від договору із сплатою неустойки, розмір якої оговорюється в контракті і залежить від терміну відмови до наміченої дати вильоту. Так, при відмові від перевезення або при перенесенні рейсу замовником більш ніж на 24 години він повинен виплатити авіакомпанії компенсацію у розмірі 25 % вартості рейсу, якщо він скасований або перенесений за 5 днів до запланованої дати вильоту; 50 % – якщо відмова або перенесення відбулася в строк від 3 до 5 днів до дати вильоту; 75 % – у разі відмови або перенесення рейсу за 3 дні і менш до дати вильоту.

Розірвання договору фіксується відповідним актом.

8. *Звільнення від відповідальності.* Перевізник звільняється від відповідальності за невиконання або неналежне виконання договору у разі настання форс-мажорних обставин (несприятливих метеоумов, стихійних лих, початку військових дій тощо). Проте в ситуаціях, пов'язаних з припиненням польоту або зміною маршруту з указаних причин, перевізник зобов'язаний зробити все залежне від нього, щоб відправити пасажирів і їх багаж до пункту призначення за рахунок і з відома замовника.

У договір можуть включатися і інші пункти, наприклад положення про компенсацію додаткових витрат, які може понести перевізник у разі порушення замовником первинних умов. Якщо через низку обставин (нереалізація турпутівок, непередбачена відмова приймаючої сторони тощо) замовник відмовляється від одного з рейсів в чартерному ланцюзі, це може призвести до простою літака або виконання ним холостих польотів. В такій ситуації турфірма зобов'язана буде компенсувати перевізникові понесені витрати.

При укладенні чартерних договорів на перевезення в якості замов-



ника може виступати будь-яка фізична або юридична особа, здатна сплатити оренду транспортного засобу з екіпажем. При повітряних чартерних перевезеннях замовника часто називають консолідатором, тобто особою, що відповідає за заповнення рейсу. При цьому консолідатором може бути:

- ✓ корпоративний клієнт, що замовляє перевезення для особистих цілей (членів сім'ї, клубу, співробітників, друзів);
- ✓ транспортне агентство, що виступає як посередник з надання послуг авіаперевезень;
- ✓ крупний туроператор, що має великий і стабільний ринок.

Оскільки далеко не кожна турфірма може забезпечити потрібне завантаження чартерного рейсу, а перевізник вважає за краще мати справу з одним замовником, то часто дрібні туристські компанії об'єднують свої зусилля для здійснення чартерних перевезень, заздалегідь обумовлюючи між собою умови співпраці (на умовах суборенди). У цьому випадку в якості консолідатора виступає один з туроператорів, на якого покладаються повноваження з укладення договору і ведення усіх взаєморозрахунків з перевізником.

Іноді консолідатором рейсу може стати сама авіакомпанія, що створює спеціальний відділ, який відповідає за формування туристських груп. Цей відділ працює з невеликими корпоративними фірмами, продає блоки місць дрібним туроператорам. Згодом, як правило, цей відділ виділяється в самостійну туристську компанію, яка продовжує співпрацювати з перевізником.

Турфірма, що працює з чартерами як консолідатор, має ряд переваг в організації подорожей. Вона вже не залежить від випадкового збігу обставин, від наявності або відсутності квитків на регулярні рейси, а отримує можливість довгострокового планування своєї діяльності.

Останнім часом, як в Україні, так і в інших країнах відбувається посилення контролю за реалізацією чартерних перевезень, що пов'язане, в першу чергу, із захистом інтересів пасажирів. Впродовж декількох років в ході здійснення чартерних програм неодноразово порушувалися права ту-



ристів як споживачів: виникали затримки з часом вильотів без оголошення змінювалися аеропорти прибуття, іноді не надавалося харчування на борту.

Існує ряд проблем із забезпеченням стоянки літаків в аеропорту, особливо при організації чартерних рейсів з відстоєм. Крім цього, як вже наголошувалося, при перегоні повітряного судна в пункт початку перевезень і з нього виникають холості польоти, заповнення яких також доставляє перевізникам певний клопіт.

Варто сказати, що проблеми, пов'язані з організацією чартерних рейсів, не завжди виправдані. Деколи вони можуть виникати не тільки з об'єктивних обставин або через недосвідченість партнерів (авіакомпанії і консолідатора), але і внаслідок халатності, а іноді і просто відвертого обдурювання. До найбільш характерних зривів, пов'язаних з такими причинами, можна віднести об'єднання рейсів, перенесення рейсу, затримка чи його скасування.

Об'єднання рейсів зазвичай відбувається тоді, коли виникають труднощі з їх завантаженням. Перенесення рейсу відбувається часто за добу або більше до початку запланованої дати вильоту. Обидва ці варіанти не дуже приємні туристам і накладають негативний відбиток на їх плани, проте в даному випадку турфірма має можливість попередити своїх клієнтів про майбутні зміни. Значно більші незручності доставляють туристам затримка і відміна польотів, про які вони дізнаються в останню мить. Перший випадок чреватий томливим очікуванням в аеропорту відправлення, в іншому випадку туристи можуть взагалі залишитися в аеропорту взагалі без коштів для існування на дві – три доби. Зриви у чартерних перевезеннях приносять турфірмам і авіаперевізникам не тільки матеріальний збиток (кінець кінцем його іноді вдається уникнути), але, головним чином, негативно позначаються на іміджі обох компаній. Негативне ставлення до чартерних рейсів посилюється ще і тим, що в аеропортах пріоритетне обслуговування надається пасажиром регулярних рейсів.



4.1.3 Бюджетні авіакомпанії – новий напрям в організації перевезення туристів

Порівняно новим напрямом в організації авіаперевезень може вважатися поява на ринку low cost компаній.

Бюджетні авіакомпанії (їх також називають авіакомпанії-дискаунтери* або low-cost) – це авіакомпанії нового типу, що стали популярними у всьому світі останніми роками. Вони принесли новий підхід до бізнесу авіаперевезень, виражений формулою «низькі витрати – низькі тарифи – високий попит – високі доходи».

Перші проекти бюджетних авіакомпаній на початку 1970-х років закінчилися провалом – американські PSA, People Express і Laker Airways зникли назавжди і були забуті. Але вже у 1971 році успіху в даному напрямі добилася Southwest Airlines. Сьогодні Southwest є найбільшою low-cost авіакомпанією світу, що покрила мережею бюджетних авіаліній всю територію США. Low-cost революція в Європі почалася на початку 1990-х років. Піонерами бюджетних перевезень стали Ryanair і неіснуючі сьогодні авіакомпанії Buzz і Go. До 2000 р. бюджетні авіакомпанії набули популярності по всьому світові і сьогодні практично у кожному регіоні земної кулі існують крупні авіакомпанії-дискаунтери, що обслуговують авіалінії тривалістю 1-2 години польоту. В Україні першою бюджетною авіакомпанією є Wizz Air, що розпочала свою роботу 25 квітня 2008 року. Саме цього дня на веб-сайті компанії на карту маршрутів були нанесені міста Київ, Львів, Одеса, Сімферополь, Запоріжжя і Харків, запрацювала українська версія інтерфейсу і була розпочата реалізація квитків за промотарифом 79 грн. (включаючи усі збори), що становило на той момент приблизно 16 дол.

Проте всього через декілька тижнів продажі по напрямках до Запоріжжя і Харкова були закриті внаслідок низького попиту. Перший презен-

* Discount (з англ.) – знижка



таційний рейс Київ-Одеса-Київ був здійснений 21 травня 2008 року, а виконання комерційних рейсів було розпочате 11 липня 2008 року рейсом Київ-Сімферополь. Станом на середину 2009 року практично припинені внутрішні рейси (окрім Київ-Сімферополь), зі Львова здійснюються польоти в м. Дортмунд (Німеччина), з Києва – до Осло (Норвегія), Лондона (Великобританія), Катовіце/Кракова (Польща), Меммінгена, Кельна, Дортмунда (всі – Німеччина), Венеції (Італія) тощо.

В Україні авіакомпанія Wizz Air також задіяна і на здійсненні чартерних рейсів за маршрутом Київ-Анталія-Київ, договір про чартерні перевезення з авіакомпанією Wizz Air уклалися туроператором Anex Tour.

Сам термін low-cost насправді означає не низьку вартість квитків, а низькі операційні витрати, завдяки чому авіакомпанії, що працюють в ніші «бюджетних» перевезень, можуть запропонувати перельоти за мінімальну ціну. Щоб зрозуміти, за рахунок чого бюджетні авіакомпанії знижують свої витрати, необхідно провести порівняння основних принципів роботи класичних і бюджетних авіакомпаній.

Класичні авіакомпанії будують свої маршрутні мережі навколо одного або декількох вузлових аеропортів, які у професійній термінології називають «хабами». Всі рейси в ці аеропорти мають зручні стиковки («коннекти») один з іншим. За рахунок цього авіакомпанії можуть запропонувати велику кількість міст, в які можна дістатися з пересадкою у вузловому аеропорті. Широка географія польотів приваблює велику кількість пасажирів, що летять в різні міста. Дана схема дуже зручна для пасажирів, але в той же самий час є досить витратною:

- ✓ щоб з'єднати і великі і малі міста потрібні літаки різних розмірів; чим більше різних літаків, тим більші витрати на техобслуговування, підготовку пілотів тощо;

- ✓ при забезпеченні стиковок, треба пам'ятати, що одні рейси довші, інші коротше, тому, щою зустрітися в аеропорту-«хабі» в один час, літаки ближніх рейсів повинні почекати, поки летять рейси здалеку; чим



довше літак стоїть, тим дорожче виходить його стоянка;

✓ щоб забезпечити високу якість обслуговування, авіакомпанії пропонують додатковий сервіс – бізнес-зали в аеропортах, харчування на борту, перевантаження багажу у вузловому аеропорту тощо; зрозуміло, що все це вимагає додаткових витрат на утримання;

✓ традиційним авіакомпаніям переважну кількість продажу авіаквитків забезпечують посередники: агентства з продажу авіаквитків, турфірми, глобальні комп'ютерні мережі бронювання місць; усі вони отримують певну частку від вартості авіаквитка в якості комісійної винагороди.

Low-cost авіакомпанії економлять на всьому, окрім безпеки, яка у цих авіаперевізників на першому місці. Базова концепція дешевих квитків включає наступне: *у послугу входить перевезення пасажирів з одного пункту в інший, решта оплачується окремо.*

Низькі операційні витрати досягаються у різний спосіб.

1. *Використання нових літаків.* Це відразу дає перевагу в плані економії на обслуговуванні – нова техніка ламається рідше, а відповідно і коштів на ремонт доводиться витратити значно менше, ніж при експлуатації старих авіалайнерів.

Крім того, low-cost авіакомпанії часто замовляють відразу не один десяток літаків, що дозволяє отримати значні знижки у виробників авіалайнерів. Використання компонування одного класу дозволяє розмістити в салоні більше місць, а в результаті зменшуються витрати на перевезення при розрахунку на одного пасажирів.

2. *Мінімальний час перебування в аеропортах.* Літак low-cost авіакомпаній проводить в аеропорту мінімальний час. Досягається це за рахунок того, що в авіалайнер не потрібно завантажувати велику кількість бортового харчування, а кількість багажу зведена до мінімуму.

Харчування на борту пропонується виключно за окрему платню, що має дві переваги, по-перше, харчування – це джерело додаткового заробітку, а, по-друге, відсутність масового харчування на борту дозволяють



.....
обходиться без прибирання літака спеціальним персоналом в аеропорту, що, в свою чергу, забезпечую додаткову економію.

Безкоштовна норма провезення ручної поклажі у більшості бюджетних авіакомпаній складає 10 кг. Невелику валізу пасажир без проблем можуть взяти в салон, а додатковий багаж необхідно буде оплатити, причому тарифи за провезення багажу можуть перевищувати навіть вартість авіаквитків.

Також важливим моментом є те, що посадковий талон видається без визначення конкретного місця, а, це означає, що пасажир не просто йтимуть до літака, а, по суті, будуть бігти, щоб зайняти кращі місця. Таким чином посадка займає лічені хвилини.

3. *Відмова від стиковок.* Більшість low-cost авіакомпаній не підтримують стиковки, вважаючи за краще працювати за концепцією point-to-point (p2p) – «від точки до точки», тому вони не прив'язані до певного часу прильотів в аеропорт і можуть літати частіше, знижуючи витрати на кожну годину польоту. За таких умов роботи бюджетні авіакомпанії не несуть жодної відповідальності за зірвані стиковки.

4. *Продаж квитків.* Дистрибуція квитків здійснюється в основному через Інтернет або call-центр, що дозволяє не платити комісійні агентам. Бюджетні авіакомпанії економлять і на представництвах; вони якщо і є, то тільки в основних аеропортах.

Деяким low-cost перевізникам вдається економити і на рекламі. Бюджетні авіакомпанії часто влаштовують «провокації» (на кшталт, розповсюдження інформації про втрачений багаж), що забезпечує собі постійну присутність в інформаційному просторі.

5. *Використання другорядних аеропортів.* Дуже часто бюджетні перевізники прагнуть літати не в центральні, а в непереоантажені регіональні аеропорти. Пов'язано це з тим, що плата у віддалених аеропортах за обслуговування мінімальна, тобто з'являється ще одна можливість для економії – на зборах аеропортів. Крім того, знижується час рулювання від смуги до терміналу, оскільки в таких аеропортах злітно-посадкова смуга



.....
часто знаходиться недалеко від аеровокзального комплексу. Також літакам не доводиться чекати посадки або зльоту в чергах із-за перевантаженості центральних аеропортів. Усі ці чинники дозволяють досягнути як економії часу, так і економії палива.

Проте, слід зазначити, що більшість другорядних аеропортів розташовані далі від міст, чим центральні аеровокзали. А це призводить до того, що в місто доводиться добиратися довше і платити за це більше. Хоча і дану ситуацію бюджетні авіакомпанії використовують як засіб додаткового заробітку. До часу прильоту літаків вони надають власний наземний транспорт, який за окрему платню відвозить пасажирів в місто.

Як приклад можна навести те, переліт до Відня у багатьох low-cost компаній передбачає приземлення фактично у більш дешевому аеропорту Братислави (Словаччина), який розташований в 60 км від австрійської столиці. Не дивлячись на низку недоліків з використання другорядних міст, саме такий підхід щодо вибору дозволив відродити десятки забутих невеликих аеровокзалів. Хоча бюджетні авіакомпанії майже не вкладають кошти у розвиток інфраструктури, оскільки цим повинні опікуватися безпосередньо аеропорти, low-cost авіакомпанії забезпечують аеропорти найнеобхіднішим – пасажирами. Важливу роль відіграє і участь в рекламі регіону і його туристичних можливостей місцевої влади, що може значно підвищити пасажиропотік.

Основним аспектом залучення пасажирів бюджетними авіакомпаніями є ціна на їх послуги. Насправді, це зовсім не означає, що купити квитки на рейс можна завжди за символічною ціною. Концепція дуже проста – *чим раніше купується квиток, тим більше шансів купити його за мінімальну ціну*. Крім того, неможливо знайти дешеві квитки в дні максимального попиту, коли всі летять додому, або коли повертаються на робочі місця. Не є виключенням і святкові дні. І пояснення просте – літаки літають повними навіть при високих цінах.

Таким чином, основною відмінністю бюджетних авіакомпаній від



класичних є робота за рахунок максимального завантаження рейсів і максимального обороту, які, у свою чергу, досягаються за рахунок зваженої політики економії.

Можна виділити наступні типи бюджетних авіакомпаній:

1. *Класичний low-cost*

Класична бізнес-модель авіакомпанії low-cost – це концентрація зусиль на зниженні витрат всіма можливими засобами. Польоти в другорядні аеропорти, повна відсутність безкоштовного сервісу в повітрі і на землі, зменшений крок сидінь в салоні літака тощо. До таких авіакомпаній застосовується визначення «No frills» (без надмірностей), ціни на авіаквитки в таких авіакомпаніях – найнижчі. Low-cost авіакомпанії, що використовують таку модель, – американська Southwest, європейська Ryanair, азіатська AirAsia.

2. *Low-cost з надмірностями*

Деякі бюджетні авіакомпанії вважають, що вигідно запропонувати деякий сервіс, щоб привабити більш платоспроможні й вимогливіші категорії пасажирів. Такі авіакомпанії можуть літати з крупних відомих аеропортів, видавати безкоштовно воду і легкі закуски, пропонувати транзитні перельоти через хабові аеропорти тощо. Приклади таких перевізників – британська easyJet, німецька Air Berlin, американська Frontier.

3. *Супер low-cost*

Ряд бюджетних авіакомпаній при мінімумі сервісу пропонують своїм пасажирам високий рівень комфорту у польоті – нові літаки, шкіряні крісла, ультрамодерна система розваг на борту, що включає індивідуальні монітори в кожному кріслі, телебачення і Інтернет. Авіаквитки на рейси таких авіакомпаній дорожчі, але комфорт у польоті іноді вище, ніж у більшості традиційних перевізників. До таких авіакомпаній відносяться – американська JetBlue, канадська WestJet.

4. *Бізнес low-cost*

В останні два роки з'явилося декілька авіакомпаній-дискаунтерів



нового типу, що пропонують дешеві перельоти в салоні бізнес-класу. Авіакомпанії MaxJet, Silverjet, Oasis Hong Kong здійснюють польоти на дальні відстані (Європа-США, Європа-Азія, Азія-США) на літаках, оснащених салонами бізнес-класу. Іноді також використовують літаки, що мають тільки бізнес-клас на борту.

Принцип такої моделі полягає в залученні «ділових» пасажирів, пропонуючи багатогодинний переліт в бізнес-класі на 30-50% дешевше, ніж у крупних національних авіакомпаній. Проте перші авіакомпанії такого типу не витримали конкуренції, високих цін на авіапаливо і були змушені припинити свою діяльність. В даний час польоти продовжує виконувати лише французька L'Avion.

Бюджетні авіакомпанії дали значний поштовх розвитку туризму, створили десятки тисяч нових робочих місць. Але, найголовніше, вони, створивши конкуренцію, змусили класичні авіакомпанії поліпшити свій сервіс або знизити ціни. Багато класичних авіакомпаній вже стали частково використовувати досвід бюджетних перевізників, а межа між low-cost та регулярними авіакомпаніями вже не є настільки чіткою.

4.1.4 Комп'ютерні системи бронювання авіаквитків

На сьогоднішній день майже усі бронювання авіаквитків здійснюються за допомогою міжнародних комп'ютерних систем бронювань, до яких у світовій практиці застосовуються також терміни *Глобальна дистрибуторська система* (англ. *Global Distribution System, GDS*) чи *Комп'ютерні системи резервування* (англ. *Computer Reservations System, CRS*), які були спочатку розроблені і використовувалися тільки авіаперевізниками. Перші подібні системи з'явилися в середині 1960-х років. Потім ці системи були розширені для використання туристськими агентствами. Ще пізніше вони стали також включати можливість бронювання номерів в готелях, морських круїзів, прокат автомобілів тощо. Сотні тисяч



туристських агентств, підключених до терміналів глобальних дистриб'юторських систем, мають можливість надавати своїм клієнтам повний спектр послуг з бронювання в режимі реального часу. Найбільшими GDS є:

- ✓ Amadeus (<http://www.amadeus.net/>);
- ✓ Galileo (<http://www.galileo-cis.com/>);
- ✓ Sabre (<http://www.sabre-holdings.com/>);
- ✓ Worldspan (<http://www.worldspan.com/>);
- ✓ Abacus (<http://www.abacus.com.sg/>).

Система бронювання Amadeus

Амадеус – лідируюча Глобальна Система Бронювання (GDS) і провайдер технологій, що забезпечують потреби світової індустрії транспорту і туризму в області маркетингу, продажів і дистрибуції.

Амадеус надає туристичним агентствам і провайдерам послуг подорожей можливість здійснювати продажі корпоративним і індивідуальним клієнтам по всьому світу.

Амадеус заснований в 1987 році авіакомпаніями Air France, Iberia, Lufthansa і SAS. Три авіакомпанії – засновники володіють 46,9% акцій компанії: Air France (23,36%), Iberia (18,28%) і Lufthansa (5,28%); 45,1% акцій належить публічним інвесторам.

У 1991 році Амадеус запустила продукт Air, а в 1992 році – продукти Cars і Hotels. У 1996 році число бронювань в Амадеус досягло 300 млн. У 1997 році був запущений он-лайн інструмент бронювання www.amadeus.net.

У 1998 році Амадеус була визнана кращою системою впродовж шести років підряд і нагороджена четвертою підряд срібною медаллю за свій продукт Hotels. У тому ж році був отриманий сертифікат ISO 9002. З 1999 року Амадеус запровадив в систему розрахунки у євро, а у 2000 році – був нагороджений сертифікатом ISO 9001:2000, ставши першою GDS, що отримала таку міжнародну акредитацію.



На сьогоднішній день за допомогою системи Амадеус понад 64 000 туристичних агентств і 10 000 офісів авіакомпаній по всьому світові можуть здійснювати бронювання:

- ✓ рейсів більше 700 авіакомпаній, на які припадає понад 95% світових регулярних авіаперевезень;
- ✓ номерів в більш ніж 60 000 готелів, включаючи 322 глобальні готельні мережі;
- ✓ прокату автомобілів 50 компаній rent-a-car, що обслуговують більше 25 000 пунктів прокату;
- ✓ ресурсів інших провайдерів, включаючи провідні залізничні системи, круїзні компанії, туристичних операторів, поромні і страхові компанії.

Амадеус представлений на більш ніж 210 ринках і є безумовним лідером серед GDS в Європі і Латинській Америці, маючи сильні позиції в Північній Америці, Африці і Азіатсько-тихоокеанському регіоні.

Корпоративні центри зосереджені в трьох пунктах Європи:

- ✓ стратегічний і фінансовий центр – Мадрид, Іспанія;
- ✓ центр з розвитку і маркетингу продуктів – Софія Антіполіс, Франція;
- ✓ центр з обробки даних – Ердінг, Німеччина.

Амадеус створив два центри у Лондоні та Сіднеї з метою забезпечення хостінгових і IT (Internet Technology) послуг для авіакомпаній. Створення цих центрів розвитку є частиною стратегії, спрямованої на завоювання лідируючих позицій в області інформаційного забезпечення діяльності авіакомпаній.

Сьогодні система Амадеус лежить в основі:

- ✓ понад 1000 веб-сайтів туристичних агентств;
- ✓ понад 300 корпоративних сайтів в 20 країнах;
- ✓ сайтів понад 50 авіакомпаній;

Представництво компанії Амадеус Глобал Тревел Дістрібьютін С.А. в Україні (Амадеус Україна) було засноване в 1997 році. Амадеус



Україна здійснює підключення до системи бронювання, підготовку співробітників туристичних агентств, забезпечує технічну і функціональну підтримку користувачів. Важливими напрямками діяльності Амадеус Україна є взаємодія з авіакомпаніями та іншими провайдерами індустрії, розробка локальних продуктів, що підвищують ефективність роботи користувачів. Спільно з партнерами, Амадеус Україна бере участь у розвитку туристичної і транспортної галузі країни, адаптуючи найбільш передові технології до особливостей вітчизняних ринків. До сфери відповідальності Амадеус Україна також відноситься територія Молдови.

Агентства, що використовують Систему Амадеус для бронювання авіаційних перевезень, отримують істотні конкурентні переваги, що обумовлені:

- ✓ взаємодією з найсучаснішою GDS, що використовує найбільш передові технології;
- ✓ найбільш достовірним доступом до ресурсів рейсів і тарифів всіх ключових авіакомпаній;
- ✓ можливістю безпосередньої взаємодії з системними користувачами Амадеус (у Україні – Аеросвіт, Air Baltic, Air France, Austrian Airlines, British Airways, CSA, Finnair, Lufthansa, LOT та інші), що забезпечують основний об'єм авіаперевезень в Україні;
- ✓ якнайповнішим представництвом в системі регіональних авіаперевізників України і країн СНД;
- ✓ можливістю бронювання деяких low-cost авіакомпаній;
- ✓ можливістю системного доступу до конфіденційних тарифів значної кількості авіакомпаній;
- ✓ можливістю самостійного введення в систему і подальшого супроводу безпосередньо агентствами конфіденційних тарифів будь-яких авіакомпаній.

Агентства, що використовують Амадеус, надають своїм клієнтам не тільки традиційні послуги з бронювання авіаперельотів і готелів, але і



унікальну можливість бронювання відомих круїзних компаній, пропозицій найбільших туристичних операторів Європи, залізничних систем Північної Америки і Європи, поромних переправ.

Амадеус Україна пропонує найбільш широкий перелік типів підключення до Центральної Системи, що дозволяє користувачеві здійснити оптимальний вибір, який враховує всі особливості бізнесу агентства. Внаслідок цього, компанія може запропонувати будь-якій категорії агентств найбільш вигідні умови, що дозволяють повністю виключити витрати, пов'язані з використанням системи бронювання.

Ефективна робота в Центральній Системі забезпечується різними системними інтерфейсами. Залежно від інтенсивності і індивідуальних особливостей роботи, агентство може обрати між:

- ✓ Amadeus Vista – кращим в індустрії високопродуктивним браузер-базованим інструментом для інтенсивно працюючих професіоналів;
- ✓ Amadeus Pro Web+ – ідеальним економічним рішенням для середніх і малих агентств, що дозволяє легко дістати доступ до Амадеус в будь-якому місці, у будь-який час за допомогою Інтернет.

Для бронювання туристичних пакетів, круїзів і поромів, агентства можуть використовувати спеціалізовані графічні інтерфейси Start Web Client, Amadeus Cruise, Amadeus Ferry.

Безпомилковий і ефективний процес оформлення агентствами авіаквитків і інших перевізних документів здійснюється за допомогою глобальних і локально розроблених програмних продуктів Амадеус, серед яких:

- ✓ Amadeus PRINT – розроблений для ринку України найбільш досконалий комплекс локального друку документів, що дозволяє повністю автоматизувати процеси оформлення і подальшого обліку авіаквитків, ваучерів і страхових полісів;
- ✓ Amadeus Central Ticketing – системна функція друку авіаквитків, контролю за стоком бланків і формування звітів про продаж відповідно до



вимог IATA BSP.

Система бронювання Galileo

Galileo є провідною світовою глобальною дистрибутивною системою, що забезпечує туристичні агентства можливістю бронювання авіаперевезень, готелів, супутніх туристичних послуг і оренди автомобілів за допомогою широкого доступу до розкладу, ресурсів місць і тарифної інформації компаній-постачальників послуг.

Система Galileo представлена на всіх континентах, її використовують більше 50 000 туристичних агентств в 140 країнах світу. Galileo обробляє близько 197 000 000 запитів на день, створює більше 2 000 000 000 розрахунків тарифів на рік, генерує більше 250 000 000 квитків на рік. Саме у Galileo представлена найбільша кількість low-cost перевізників, порівняно з іншими GDS.

Історія Galileo сягає 1971 року, коли американська авіакомпанія United Airlines запровадила автоматизовану систему бронювання Apollo. Через 5 років було сформовано спеціальний підрозділ United Airlines, Apollo Travel Services (ATS), яке розпочало займатися продажами автоматизованої системи бронювання Apollo на території Північної Америки і Японії. У 1986 році Apollo Travel Services було перейменоване в Covia і стало незалежною філією авіакомпанії United Airlines.

У зв'язку зі зростаючим попитом на автоматизовані системи бронювання в Європі в 1987 році група провідних авіаперевізників, серед яких British Airways, Swissair, KLM Royal Dutch Airlines і Alitalia, спільно з Covia створили власний варіант автоматизованої системи бронювання, в основі якої лежить система Galileo.

У 1993 році одинадцять авіакомпаній, а саме: Aer Lingus, Air Canada, Alitalia, Austrian Airlines, British Airways, KLM Royal Dutch Airlines, Olympic Airways, Swissair, TAP, Air Portugal, United Airlines і US Airways заснували компанію Galileo International. Відтоді система Galileo набула широкого поширення у всьому світі, тоді як Apollo використову-



ється в США, Канаді, Мексиці і Японії.

З 1997 року Galileo International зареєстрована на Нью-Йоркській і Чикагській фондових біржах. У вересні 2001 року 100 % акцій Galileo International були придбані американською корпорацією Cendant Corporation.

У 2006 році підрозділ корпорації Cendant з дистрибуції туристичних послуг (Cendant TDS) був перейменований в Travelport. На даний час власником Travelport є американська інвестиційна компанія Blackstone Group. Представництва компанії Travelport розташовані в 145 країнах світу, співробітниками Travelport є більше 7 500 професіоналів туристської індустрії.

За допомогою системи Galileo користувачі мають доступ до понад:

- ✓ 425 авіакомпаній;
- ✓ 70 000 готелів;
- ✓ 28 000 пунктів з оренди автомобілів.

Galileo входить до складу департаменту дистрибуції туристичних послуг компанії Travelport, до якого також відносять:

- ✓ глобальна дистрибутивна система Worldspan;
- ✓ компанія Shepherd Systems, що спеціалізується на розробці програмного продукту для маркетингового моніторингу в авіаційній індустрії (MIDT);
- ✓ глобальний провайдер туристичних послуг GTA (Gullivers Travel Associates);
- ✓ система резервації для авіакомпаній новітнього покоління aiRES;
- ✓ компанія Thor, що надає послуги з дистрибуції і маркетингу організаціям в індустрії подорожей.

Компанія Galileo International першою в світі:

- ✓ запропонувала на ринку продукт для ПК на основі Windows (Focalpoint);
- ✓ здійснила електронну виписку квитків (1997 рік);
- ✓ створила графічне застосування для бронювання авіаквитків го-



телів, автомобілів (Viewpoint – 1998 рік);

- ✓ розробила прикладний програмний інтерфейс із структурованими даними, що використовує стандарти XML (2000 рік);

- ✓ запропонувала на ринку продукт Galileo Wireless – доступ до системи Galileo з мобільних телефонів і пейджерів зі всіма можливостями зміни створених бронювань (червень 2000 року);

- ✓ запропонувала бронювання low-cost перевізників (Virgin Express, грудень 2000 року);

- ✓ авторизована для оформлення електронних квитків НСАВ-ТКП (березень 2009 року).

З лютого 2000 року офіційним дистриб'ютором послуг системи Galileo на території України, Білорусі і Молдови є компанія ТОВ «Галілео Східна Європа», яка відноситься до регіонального маркетингового підрозділу Galileo EMEA (Europe, Middle East, Africa) з центральним офісом в Ленглі, Великобританія.

ТОВ «Галілео Східна Європа» пропонує послуги з впровадження комплексних програмних рішень для продажу авіаквитків і туристичних послуг, навчанню персоналу, технічній і технологічній підтримці. Значних успіхів компанія також досягла у сфері розробки продуктів он-лайн бронювання і інших локальних проектів, які відповідають чином відповідних вимогам вітчизняних суб'єктів ринку авіаперевезень і туристичних послуг. Користувачами системи Galileo в Україні є більше 350 туристичних агентств.

Система бронювання Worldspan

Система Worldspan з'явилася в результаті об'єднання комп'ютерної системи бронювання PARS європейського відділення американської авіакомпанії TWA і КСБ DATAS американського авіаперевізника Delta Airlines. Контрольний пакет акцій Worldspan належить компанії Delta Airlines, центр управління системою знаходиться в м. Атланта (США). Worldspan – найпоширеніша система бронювання в Америці, посідає тре-



те місце за популярністю в Європі після Amadeus і Galileo та постійно розширює сфери впливу на Близькому Сході та Південній Азії.

Worldspan – інформаційна система, що здійснює резервування головним чином на авіатранспорті (близько 500 авіакомпаній), а також в готелях (більше 40 тис. готелів і 220 готельних мереж), екскурсійних бюро, театрах та інших підприємствах культури, компаніях із прокату автомобілів (45 основних фірм прокату). Worldspan дозволяє також отримати всю необхідну довідкову інформацію, пов'язану з подорожами і туризмом. На даний час системою користуються більше 25 тис. туристських фірм по всьому світу.

Останнім часом Worldspan, одна з перших систем бронювання, розпочала активно просувати туристські інтернет-технології в області електронної комерції (e-commerce). Слід зазначити передусім Інтернет-аналог самої системи Worldspan Net, а також Gateway Plus і Dates&Destinations, які підтримується компанією. Програма Dates&Destinations дозволяє створювати так звані Internet Booking Engine (IBE) – систему бронювання через Worldspan на сайті турагентства в Інтернеті. В цьому випадку клієнт самостійно може обрати авіарейс і готель та здійснити їх бронювання. Worldspan є провайдером популярних електронних агентств Expedia і Preiceline. Ці нові тенденції вельми привабливі для малих і середніх туристських фірм і є перспективними напрямками розвитку Інтернет-технологій в туризмі.

З додаткових можливостей, що пропонуються користувачам Worldspan, слід зазначити Worldspan Power Pricing, яка дозволяє розрахувати найнижчу вартість як заброньованого маршруту, так і прорахувати інші можливі варіанти маршрутів, Worldspan View надає різні біржові звіти і презентації на екрані стандартного формату, Worldspan Xtra пропонує різні види послуг з тієї ж самої станції.

Система бронювання Sabre

Система Sabre була створена у 1964 році авіакомпанією American Airlines, а у 1976 році була створена підсистема бронювання готельних



місць. Центр мережі знаходиться в Оклахомі (США). Мережа Sabre включає більше 115 тис. турагентів в різних регіонах світу. Вона забезпечує резервування авіа- і залізничних квитків, місць в готелях тощо.

На сьогоднішній день користувачам пропонується декілька варіантів підключення до системи: Planet Sabre, Turbo Sabre, Net Platform.

Planet Sabre надає користувачам простий і наочний графічний інтерфейс і екранні шаблонні форми, інтегровані з Інтернетом.

Turbo Sabre дозволяє агентствам створювати своє власне середовище, що зручне для роботи і підтримує безліч додаткових засобів – конфіденційні тарифи, призначені для користувача бази даних, електронну пошту, зв'язок з Інтернетом.

Net Platform – система бронювання в мережі Інтернет, розрахована на використання малими і середніми агентствами.

На даний час є комплекси програм забезпечення конфіденційності і електронна пошта. Sabre Evision дозволяє отримувати в режимі діалогу кольорові зображення і точні географічні карти тих місць, куди прямують туристи. Ця програма може входити в програмне забезпечення будь-якої робочої станції, якщо вона підключена до мережі Sabre.

4.2. Обслуговування туристів автотранспортом

4.2.1 Класифікація автотранспорту та принципи організації автобусних турів

Автомобільний транспорт та автомобільні перевезення можуть поділятися за багатьма ознаками.

1. За виглядом рухомого складу пасажирські автомобільні перевезення підрозділяються на:

- ✓ автобусні перевезення;
- ✓ перевезення легковими автомобілями.



2. За приналежністю рухомого складу:

- ✓ *перевезення транспортом загального користування;*
- ✓ *відомчим транспортом;*
- ✓ *легковими автомобілями індивідуальних власників (особистого користування), такими автомобілями перевозиться у 7-8 разів більше, ніж автомобілями-таксі;*
- ✓ *легковими автомобілями на умовах прокату.*

3. За адміністративно-територіальною ознакою та відповідними видами автотранспорту виділяють:

✓ *міські перевезення, які здійснюються автобусами і легковими автомобілями-таксі; причому основна їх частка працює на конкретних маршрутах. Характеризуються великими пасажиропотоками, щільною маршрутною мережею, невеликими інтервалами руху, малими відстанями поїздок пасажирів і, у зв'язку з цим частими зупинками для посадки-висадки пасажирів, невисокими швидкостями руху, а також хорошими дорожніми умовами;*

✓ *приміські перевезення забезпечують сполучення приміських районів із містом. Вони відрізняються від міських перевезень меншою кількістю пасажирів, сезонністю перевезень, великими відстанями, збільшенням інтервалів руху, порівняно поганими дорожніми умовами.*

✓ *місцеві (сільські, обласні) автобусні маршрути поєднують районні центри не лише між собою, але і з обласними центрами, залізничними станціями, річковими портами і пристанями. Вони характеризуються великою різноманітністю дорожніх умов, невеликими пасажиропотоками, наявністю у пасажирів ручної поклажі або багажу, значними коливаннями пасажиропотоків по днях тижня і сезонах року.*

✓ *міжміські перевезення характеризуються великими відстанями, що досягають 1000 км, а також хорошими дорожніми умовами, використанням комфортабельних і швидкісних автобусів, обладнаних місцями зберігання багажу і ручної поклажі, гардеробами, буфетами, туалетами.*



✓ *міжнародні перевезення* виконуються із перетином державних кордонів.

4. За призначенням:

✓ *екскурсійні перевезення*, пов'язані з обслуговуванням екскурсій, що виконуються автобусами з екскурсоводом в містах по постійних маршрутах;

✓ *туристичні перевезення* здійснюються як транспортом загального користування, так і відомчим з виїздом за межі населених пунктів по заздалегідь розроблених маршрутах;

✓ *службові перевезення*, пов'язані з доставкою робітників і службовців певного підприємства від місця проживання до роботи і назад, а також для разових службових поїздок;

✓ *шкільні перевезення* здійснюють переважно в сільській місцевості, де відсутнє регулярне автобусне сполучення. Для перевезення школярів розробляються свої маршрути і розклади, а також встановлюють тип автобуса відповідної місткості;

✓ *вахтові перевезення*, призначені для доставки бригад, змін нафтовиків, шахтарів, будівельників тощо;

✓ *спеціальні пасажирські перевезення* виконуються замовленими автобусами і легковими автомобілями та пов'язані з обслуговуванням організацій, установ, підприємств, а також з'їздів, конференцій, фестивалів.

5. За формою організації:

✓ *маршрутні перевезення* організовуються на затверджених маршрутах, строго за розкладом із посадкою і висадкою пасажирів на заздалегідь обумовлених зупинках маршруту;

✓ *замовлені перевезення* здійснюються по договорах і разових замовленнях підприємств, організацій, установ і населення;

✓ *прямі змішані перевезення* виконуються спільно з іншими видами пасажирського транспорту, зазвичай видається пасажирові єдиний квиток на право проїзду різними видами транспорту від початкового пун-



кту до кінцевого пункту.

Автомобільний пасажирський транспорт забезпечує:

- ✓ можливість встановлювати транспортний зв'язок на всій території міста;
- ✓ відносно високу швидкість пересування, велика комфортабельність і зручність поїздки;
- ✓ відносно високі експлуатаційно-технічні і економічні показники;
- ✓ можливість працювати самостійно, без участі інших видів транспорту;
- ✓ можливість цілодобового обслуговування пасажирів по будь-яких напрямках;
- ✓ незначну потребу в капіталовкладеннях, невеликі первинні витрати на освоєння нових маршрутів;
- ✓ доставку пасажирів і їх багажу від місця відправлення до місця призначення;
- ✓ можливість використання укорочених, швидких і експресних маршрутів;
- ✓ хорошу маневреність.

Окрім загальної класифікації, пасажирський транспорт поділяють за низкою ознак: *за провізною здатністю, за швидкістю руху, за типом двигуна, за видами пального, за специфікою шляхів сполучення* (рейкові, безрейкові).

Але при формування туристських маршрутів, особливо закордонних, окрему увагу слід приділити особливостям міжнародних перевезень. Міжнародні перевезення пасажирів автобусами виконуються відповідно до нормативних документів, які зводяться до наступних основних груп:

- ✓ вимоги до транспортних засобів, що допускаються до міжнародних перевезень;
- ✓ правила, організація і безпека руху транспортних засобів по автомобільних дорогах;



- ✓ документи, що визначають європейську мережу міжнародних автомобільних доріг і технічні вимоги до них;
- ✓ вимоги до водіїв, що виконують міжнародні перевезення, а також організація їх праці і відпочинку;
- ✓ умови виконання міжнародних автомобільних перевезень, права, обов'язки і відповідальність сторін, що беруть участь в перевезеннях;
- ✓ правила прикордонного і митного контролю;
- ✓ оподаткування міжнародних перевезень і транспортних засобів;
- ✓ обов'язкове страхування цивільної відповідальності власників рухомого складу за заподіяний третім особам збиток.

Міжнародні перевезення пасажирів можуть бути:

- ✓ *регулярними* – перевезення на автобусних лініях, що виконуються за опублікованими умовами, тарифом і розкладом руху автобусів на маршруті із вказівкою пунктів посадки і висадки пасажирів;
- ✓ *маятниковими* – перевезення декількох груп пасажирів в певні терміни з території однієї держави до місця тимчасового перебування на території іншої держави з подальшим їх поверненням автобусами того ж перевізника. При таких перевезеннях: перший рейс у зворотному напрямі і останній в прямому, як правило, є порожніми (чартерні рейси);
- ✓ *нерегулярними* – не регламентуються вказаними раніше умовами і у кожному окремому випадку організовуються по заявках перевізника.

Автобуси для міжміських перевезень повинні бути: у технічно справному стані, мати належний вигляд, розпізнавальні знаки країни-перевізника, забезпечені трафаретами із найменуванням маршруту, перевізника, кінцевих пунктів.

Водії автобусів повинні:

- ✓ мати високі моральні якості;
- ✓ добре знати специфіку міжнародних перевезень;
- ✓ уміти швидко ухвалювати необхідні рішення;
- ✓ знати правила паспортного і митно-валютного контролю;



- ✓ маршрут і розклад руху;
- ✓ знати одну іноземну мову в обсязі, достатньому для спілкування;
- ✓ мати службову форму;
- ✓ страховий документ;
- ✓ маршрутний лист.

Міжнародний автомобільний туризм все більше посідає значне місце в структурі туристичних поїздок населення країни. Поширеними видами автомобільного туризму є мандрівки на легкових автомобілях індивідуальних власників, а також на автобусах. Його різновидами можуть вважатися:

- ✓ *караванінг* – груповий туризм (караван) з використанням причепів до легкових автомобілів;
- ✓ *родтели* – комбінований пасажирський автопоїзд, в якому окрім звичайних пасажирських місць є спальні місця, кухня на колесах.

Взагалі автобусні подорожі – порівняно молодий вид туризму. З'явилися вони в сімдесятих роках ХХ століття, коли в 1972 році була відкрита перша міжнародна туристична лінія Лондон-Дублін-Голуей. Сьогодні подібних ліній сотні. У автобусних турів, як і будь-якого іншого виду туризму, є свої переваги та недоліки.

Серед *переваг автобусних турів* можна виділити наступні:

- ✓ автобусний тур забезпечує швидкий переїзд між містами і країнами;
- ✓ автобусний туризм економить час, він дає можливість за мінімальний термін відвідати кілька міст, а іноді і країн та побачити дуже багато цікавих туристських об'єктів;
- ✓ вартість автобусних турів нижча, ніж ціна на авіа, залізничні чи водні тури;
- ✓ автобусний туризм дає можливість познайомитися з тим, як живуть місцеві мешканці в країнах, що відвідують туристи;
- ✓ програми автобусних турів різноманітні і складені таким чином,



що можуть задовольнити потреби різних сегментів туристів;

- ✓ у комбінованих автобусних турах вдало поєднуються можливість пасивного відпочинку із активною екскурсійною програмою;

- ✓ автобус – ідеальний транспорт для тих, хто боїться авіаперельотів.

До *недоліків автобусних турів* можна віднести:

- ✓ автобусний екскурсійний туризм у два рази більш небезпечний ніж залізничний і в чотири рази ніж авіаційний транспорт;

- ✓ в дорозі можуть траплятися неприємні несподіванки, наприклад, поломка автобуса, що у свою чергу, позначиться на графіку поїздки;

- ✓ зазвичай у вартість подорожі з харчування входять лише сніданки в готелях – обідати і вечеряти доводиться в попутних кафе і ресторанах, тому туристам з собою потрібно взяти необхідну для нормального харчування суму грошей;

- ✓ аналогічна ситуація з екскурсіями, у вартість туру входять загальні оглядові екскурсії, які проводять супроводжуючі групу гіді, якщо це не заборонено чи не обмежено законодавством країни, що відвідується. Усі факультативні екскурсії пропонуються за додаткову плату і є суттєвим джерелом доходів турпідприємства;

- ✓ окремо слід оплачувати і вхідні квитки в музеї, галереї, на виставки і інші туристські об'єкти

Сучасний ринок туристських послуг насичений багатьма пропозиціями різних туроператорів щодо організації автобусних турів* в Європу. Серед провідних туроператорів України, що працюють на цьому сегменті ринку можна виділити (за абеткою) Акорд-тур, Артекс 94, Альянс, Бумеранг, Давай відпочивай, Інкомартур 93, Наталі-вояж, Сага, Престиж-тур, Феєрія та багато інших.

Проаналізувавши пропозиції цих туроператорів, можна визначити низку тенденцій, характерних для вітчизняного ринку турпослуг.

Сьогодні на туристичних автобусах можна дістатися до більшості

* Деякі туроператори для визначення такого типу турів використовують термін «екскурсійний тур».



європейських країн. Поїздки до Праги або Парижа стали класикою. Автобуси із туристами їдуть до Норвегії, Португалії, Швейцарії, Великобританії, Німеччини, Італії, Греції, Іспанії і навіть Марокко. Влітку турфірми пропонують поєднувати поїздку з відпочинком на морському узбережжі, взимку – із святкуванням Нового року і відвідуваннями європейських карнавалів.

Узагальнивши ціни і географію маршрутів, можна відзначити, що найдешевшими є тури до Польщі, Чехії, Угорщини, Румунії. Ціновий діапазон турів в Західну Європу вище. Але, і тут є винятки: наймасовіший автобусний продукт – тури до Парижу через територію Польщі, Чехії, Німеччини – загалом за ціною нижче, ніж аналогічні за тривалістю і протяжністю тури в інші частини Західної і Центральної Європи.

В цілому до 90% автобусних турів тривалістю понад 4 доби, що пропонуються на вітчизняному ринку, припадає саме на закордонні подорожі. Пропонуються мандрівки із частковим використанням авіа- чи залізничного транспорту, але такі подорожі відповідно значно дорожчі.

Коло найулюбленіших туристами напрямків сформувалося досить давно і не зазнає радикальних змін. Природно, найулюбленішим містом в українських туристів залишається Париж, однак останнім часом на цьому напрямку пропонується безліч додаткових туристських об'єктів.

З кожним роком зростає популярність чеського напрямку, причому саме на чеському прикладі можна простежити одну дуже важливу тенденцію ринку автобусного туризму. Ще порівняно недавно вітчизняний турист знав тільки Прагу і Карлови Вари. А зараз з'явилась цікавість до багатьох інших міст та містечок Чехії. Аналогічна тенденція спостерігається і на напрямку Угорщина. Більш того, саме маршрути в Угорщину є найдешевшими автобусними маршрутами, що пропонуються в Україні.

Автобусні програми умовно можна поділити на три цінові групи. Ціна найдешевших турів не перевищує 300 євро – поїздки до 10-12 днів з високим рівнем насиченості туристськими об'єктами. Співвідношення ціна-



кількість об'єктів досягається за рахунок зменшення рівня комфорту. Такі тури зазвичай включають один-два нічні переїзди протяжністю 500-700 км кожен. Вільного часу в містах надається дуже небагато, а розміщення туристів відбувається у готелях економ-класу, що знаходяться на міських околицях. Тим не менш, попит на ці програми як і раніше дуже високий. Для тих, хто вперше виїжджає за кордон, такі тури залишаються найпривабливішими. До цієї групи також можна віднести супер-економ тури, тривалістю 3-6 днів і ціною в межах 180 євро. Як правило, це поїздки по країнах Східної Європи із можливістю додаткової покупки факультативних екскурсій (наприклад, із Праги до Дрездену, з Будапешта – до Відня).

Друга група – тури вартістю до 700 євро. Заплативши таку суму, турист може розраховувати на те, що важкі нічні переїзди туроператор замінить на розміщення в готелях категорії «три» або навіть «чотири зірки», що в програму буде включено більше екскурсій, за які не доведеться доплачувати, і що у туристів буде значно більше вільного часу для самостійних прогулянок.

Автобусні подорожі дорожче 700 євро можуть вважатися ексклюзивною пропозицією. Таких програм відносно небагато, і проводяться вони нечасто – один-два рази на рік. Як правило, їх купують люди, які не раз бували за кордоном і яким набридли стандартні програми. До дорогих варіантів можна, наприклад, віднести відвідання Скандинавії, Великобританії, Іспанії, Португалії, тобто тих країн, які територіально розташовані досить далеко. Такі програми можуть бути достатньо тривалими та супроводжуватися можливістю відпочинку на узбережжі.

У більшості випадків туроператори працюють із звичайними групами туристів до 35-45 осіб. Відправляти меншу кількість туристів не вигідно, оскільки це негативно позначається на рентабельності заїзду.

Якість вражень, які туристи отримають від поїздки, багато в чому залежить від майстерності супроводжуючого. Якщо незабаром після від'їзду з'ясовується, що він всього лише добре знає маршрут, але не во-



.....
лодіє навиками психолога, не уміє об'єднувати групу і вчасно гасити напруженість, поїздку можна вважати зіпсованою.

Хороший гід дуже цінується. Справжні професіонали здатні повністю вести маршрут, поєднуючи функції організатора і екскурсовода. Втім, це не позбавляє турфірми від необхідності залучати місцевих гідів: у багатьох європейських країнах поліція суворо стежить за тим, щоб екскурсію проводив гід з ліцензією, і штрафує компанії, що провинилися. В Італії, наприклад, штраф складає 1500 євро.

Одна з дуже серйозних проблем, з якою стикаються організатори автобусних турів – нелегали, хоч, відсоток цих людей в загальній масі клієнтів дуже малий. Самостійно відфільтрувати небажаних пасажирів посольства не можуть, тому залучають до співпраці туроператорів.

Керівники тургруп на час поїздки залишають документи туристів у себе і повертають їх учасникам туру тільки після повернення до України. Насправді цей захід є не дуже ефективним, оскільки нелегалові практично все одно, буде він перебувати із простроченою візою або без документів взагалі. Крім того, такі дії туроператорів перечать як законодавству України, так і європейських країн.

Особливої уваги заслуговує медична страховка, яку зобов'язані оформляти всі туристичні компанії, що відправляють туристів за рубіж. Як правило, туроператори прагнуть включити в туристичний пакет найдешевший поліс. Обходиться він всього в декілька євро, але не всі туристи знають, що діє стандартна страховка тільки за межами України, і умови страхування забезпечують лише покриття екстрених медичних витрат, причому тільки на період турпоїздки.

Взагалі, автобусний туризм вважають найбільш складним з частини організації поїздки. Адже турфірмі необхідно не тільки вибрати цікаві місця і прокласти між ними маршрут, але і забезпечити мандрівників розміщенням, харчуванням, транспортом і екскурсіями на всіх ділянках шляху.

Ціна автобусного туру складається з оренди автобусу, вартості бен-



зину, стоянок, харчування, їжі, екскурсій, обслуговування і вартості ночівель. Крім того, слід враховувати, що чим більше ночей турист проводить не в готелі, а в автобусі, тим дешевше буде поїздка.

Ночівля в автобусних турах несе винятково утилітарні функції: поспати, прийняти душ, поспідати і знову переїзд. Виходячи з цього, проживання звичайне будується на базі готелів 3 зірки. Рідше пропонуються чотиризіркові готелі, однак, як показує практика, на те, щоб скористатися перевагами цієї категорії готелів, в екскурсантів просто не вистачає часу. Крім того, при виборі засобів розміщення враховуються можливості під'їзду до них автобуса ввечері і безперешкодного від'їзду вранці в обхід дорожніх пробок. Саме тому багато готелів, де зупиняються такі туристські групи, розташовуються на окраїнах міст.

Переважно у вартість подорожі з харчування входять тільки сніданки в готелях – обідати і вечеряти приходиться в придорожніх кафе і ресторанах. Треба врахувати, що автобус спеціально зупиняється біля тих закладів, з якими у гідів існує негласний договір на комісію. Звичайно їх рекламують як найдешевші із найсмачнішою їжею. Однак насправді в більшості випадків це цілком стандартні заклади харчування, і якщо старанно пошукати, можна знайти дешевше і смачніше. Але в автобусних турах можна заощадити або гроші, або час. Тому при організації таких турів задля комфорту туристів туроператорам варто б було заздалегідь не лише продумувати місця харчування, а й організовувати обіди по маршруту. Адже організація харчування для групи туристів має все ж таки петам надається більше вільного часу, а також витрати туристів на харчування в такому випадку набагато менші, ніж при самостійному пошуку туристами місць харчування. Але ці переваги для туристів мають один недолік: включення витрат на організацію харчування в вартість путівки, збільшить її первісну вартість, яка, в свою чергу є чи найголовнішим конкурентним чинником*.

* Перше, на що звертає увагу потенційний турист, – це первісна вартість туру. Вже потім після ретельного порівняння схожих турів, можна визначити і інші їх переліки та недоліки.



З метою залучення туристів деякі туроператори не скупляться на різні нововведення. Так, система Інтернет-бронювання деяких компаній дозволяє заздалегідь вибрати конкретне місце в автобусі.

Інше нововведення – повна відсутність нічних переїздів. Для туроператорів це свого роду камінь спотикання. З одного боку, якщо не втрачати ночі на стоянки в готелях, можна встигнути більше проїхати і подивитися. З іншого боку, відіспатись в автобусі вдається далеко не усім. Після кожної такої ночі сприйняття притупляється, і кількість визначних пам'яток з кожним днем усе більше зливається в монотонний сонний потік. Але з іншого боку низькі ціни саме і забезпечуються завдяки мінімальній кількості зупинок у готелях.

Комфортне пересування в автобусі вимагає деякої індивідуальної підготовки. Наприклад, дуже важливо правильно підібрати одяг. Також, подорож у великій групі має свою специфіку. При тривалому близькому сусідстві колись зовсім незнайомих людей не виключені дрібні побутові тертя, що здатні зіпсувати враження навіть від самої чудової за задумом поїздки. Багато питань туристам приходиться вирішувати спільно. І якщо суперечку на тему який фільм будуть дивитися туристи в дорозі можна програти без особливого жалю, то відмова більшості від цікавої екскурсії – це привід до самотійних дій. Повідомивши гіда, турист можуть відокремитися від групи і відправитися куди треба самотійно, але попередньо потрібно обов'язково домовитися про час і місце зустрічі, а також твердо знати, в якому готелі передбачена наступна ночівля і як до нього добратися. Багато досвідчених туристів у такому автономному режимі проводять велику частину поїздки.

Що стосується перспектив подальшого розвитку автобусного туризму, то, проблем в цьому секторі багато. Наприклад, в суспільстві склалася досить упереджена думка щодо автобусних турів, як до низькоякісних, дуже втомливих для туристів програм. Інша проблема, що турбує туроператорів – це робота консульських відділів посольств, точніше, їхня непе-



редбачуваність. Але найголовнішою перешкодою для розвитку автобусного туризму в нашій країні є вітчизняні дороги і вади інфраструктури, точніше, відсутність доступних та пристойних готелів туристського класу. Зважаючи, на сказане вище, вітчизняні туроператори не досить активно розробляють маршрути по Україні. Для турфірм, це досить заморочлива справа, що вимагає організованої і продуманої роботи, значних витрат на створення і комплектацію таких турів, і в той же самий час не приносить серйозних доходів. Крім того, зважаючи на те, що екскурсійні групи повинні містити в собі 20 – 30 чол., турфірми навіть не беруться за збір потенційних груп. А ті маршрути, що пропонуються по Україні зазвичай є досить дорогими, їх вартість може навіть перевищувати ціну закордонних автобусних турів, аналогічних за тривалістю. У результаті вітчизняні турфірми активно пропонують лише автобусні тури за рубіж, залишаючи без належної уваги туристські об'єкти України.

4.2.2 Послуги з надання автотранспорту в оренду

На сучасному етапі автопрокатний бізнес є злагодженою системою сервісу, що включає служби утримання автопарку і його технічне обслуговування; електронні системи бронювання автомобілів; інформаційні системи дорожньої навігації; послуги із страхування, бонусні програми тощо. Значного поширення прокатний бізнес набув у країнах Західної Європи і Північної Америки; надаються послуги з оренди автомобілів і в багатьох країнах Азії, Північної Африки, Центральної і Південної Америки.

Клієнтами автопрокатних компаній є в основному бізнесмени і співробітники крупних організацій, а також індивідуальні туристи, що приїжджають на відпочинок або подорожують із пізнавальною метою.

На світовому ринку прокату автомобілів найвідомішими фірмами є: «Avis», «Hertz», «Budget», «Eurocar», «Toyota» та інші. Офіси цих компаній розташовані в багатьох промислових, ділових і культурних центрах, а



також є практично у всіх аеропортах і на більшості залізничних і автобусних вокзалах крупних міст. Рівень якості і ціни на послуги у цих компаній приблизно однакові, а правила прокату можуть розрізнятися.

Отримати машину в оренду можливо при безпосередньому зверненні в місцеве представництво будь-якої компанії з прокату автомобілів, через турфірму або через Internet. Перевага бронювання машини через турфірму полягає в тому, що у ряді випадків остання бере на себе врегулювання конфліктних ситуацій між компанією з оренди автомобілів і туристом. Наприклад, якщо турист, поспішаючи на вокзал, при здачі машини не залив бензин в її бак, турфірма може взяти на себе витрати зі сплати штрафу. Тим самим вона захистить туриста від великих неприємностей в майбутньому, оскільки за таку провину клієнти зазвичай вносяться до «чорних списків», яким забороняють в майбутньому користуватися послугами даної компанії.

Прийом замовлень автопрокатними підприємствами може здійснюватися завчасно – за місяць, тиждень, добу. В цьому випадку необхідно отримати підтвердження (факсом або електронною поштою) з вказівкою адреси прокатного пункту, в якому машина на замовника. Можна домовитися з компанією, щоб автомобіль чекав на туриста біля готелю, в аеропорту або в іншому конкретному місці. Такі послуги, як правило, в Європі збільшують вартість оренди (в середньому на 10 – 15%), а в США, навпаки, роблять її дешевшою.

Міжнародні прокатні компанії пропонують три основні тарифи:

- ✓ стандартний;
- ✓ з необмеженим пробігом;
- ✓ з лімітованим пробігом на добу.

У першому випадку платити слід за кожен кілометр пробігу; другий тариф вигідно брати в тому випадку, якщо добовий пробіг складає більше 70 км; при третьому варіанті за певну кількість кілометрів платити не тре-



ба, а понад ліміту стягується плата. Ці умови звичайно відображаються у договорі.

На вартість прокату транспортного засобу впливають тривалість його оренди, термін експлуатації і клас автомобіля. Із збільшенням терміну оренди добова ціна прокату зменшується. Крім того, у вихідні дні ціна зазвичай нижче, ніж в будні. Тариф за клас автомобіля встановлюється фірмою і залежить від його марки та віку. Помітно розрізняється вартість послуг прокату в різних державах і навіть районах країни. Як правило, в курортних зонах вона вище на 15 – 20 %.

Іноді автомобіль береться в оренду в одному пункті фірми, а здається в іншому. Якщо машина здається за кордоном, вартість оренди істотно збільшується; якщо пункт здачі автомобіля знаходиться на території цієї ж держави, оплата підвищується трохи, а якщо повернення машини проводиться в іншому районі цього ж міста додаткова плата не береться. Місце повернення обумовлюється заздалегідь.

У деяких випадків прокатні фірми надають своїм орендарям знижки. Головним чином до них належать постійні клієнти, а також пасажери авіакомпаній, з якими у прокатних підприємств є відповідні договори про співпрацю. Знижки пропонують також пункти прокату, що працюють при цих готелях.

Слід зазначити, що автопрокатні компанії не завжди можуть надати клієнтові саме той автомобіль, який хоче клієнт. Це пов'язано з тим, що співробітники станцій деколи не знають фактичного місцезнаходження автомобілів, хоча автопарк компанії може нараховувати тисячі машин, які постійно пересуваються у різних напрямках, контролювати місцезнаходження кожної з них практично неможливо.

Наприклад, тільки у Великобританії «Avis» має 12 000 автомобілів, «Eurocar» 18 000, а «National» більше 30 000. Тому фірми гарантують наявність в парку автомашини певного класу. Інакше клієнтові надається автомобіль вищого класу без будь якої додаткової доплати. Досвід роботи



багатьох прокатних пунктів свідчить, що в принципі клієнтові не настільки важливо, яку саме марку машини він отримає, головне щоб вона відповідала меті його подорожі.

Крупні прокатні фірми виділяють значні суми грошей на придбання як нових машин, так і нових моделей машин. Це дозволяє, з одного боку, підтримувати парк рухомого складу у хорошому стані. З іншого боку, клієнти, що збираються купити нову сучасну модель автомобіля, дістають реальну можливість випробувати її у дії завдяки послугам прокатних підприємств.

Практично у всіх компаніях існують правила, що обмежують вік водія, який хоче взяти автомашину напрокат. Цей вік в різних країнах складає від 21 до 25 років при водійському стажі не менше одного року. Іноді компанії знижують віковий ценз, проте при цьому оформляють більш дорогую страховку. У певних випадках навпаки встановлюються жорсткіші вимоги до клієнтів. Наприклад, у Франції громадянам, охочим скористатися машинами вищої категорії, повинно бути не менше 30 років.

Стаж водія автотранспортного засобу встановлюється за водійським посвідченням. Якщо турист має міжнародне водійське посвідчення, то проблем, як правило, не буває. Якщо ж посвідчення національне, то краще заздалегідь отримати його завірений переклад (принаймні, на англійську мову).

Як вже наголошувалося, тарифи встановлюються за добу оренди, і при запізненні з поверненням автомобіля більш ніж на 1 годину фірма може вимагати заплатити штраф за кожну годину прострочки (штраф складає до 20 % вартості добового прокату) або повністю сплатити ще одну повну оренди.

Оплата прокату проводиться авансом в повному обсязі. При цьому в багатьох країнах прокатні підприємства дотримуються жорсткого правила навіть якщо клієнт розраховується готівкою, укладення контракту можливе тільки в тому випадку, якщо він є власником кредитної карти, на раху-



нку якої є сума грошей, що перевищує вартість оренди принаймні в 1,5 рази. На час оренди автотранспортного засобу частина грошей на картці може бути заблокована прокатною фірмою.

В ціну оренди автомашини включаються:

- ✓ обумовлений, в тому числі, нелімітований (за винятком Канади і Австралії) кілометраж автомобіля на період оренди;
- ✓ страхування цивільної відповідальності (спричинення шкоди третім особам);
- ✓ страховка автомобіля на час прокату (на випадок дорожньо-транспортної пригоди або наїзду на навколишні предмети);
- ✓ страховка від угону орендованого автомобіля;
- ✓ податки аеропорту (вокзалу), місцеві податки.

Страхування життя не входить у вартість оренди автомобіля, тому при оформленні договору клієнтові, можливо, самому варто проявити ініціативу в цьому питанні або не відмовлятися від такої пропозиції з боку прокатної компанії. Крім того, клієнтові слід уточнити умови страхування машини: є види страхування, що передбачають безумовну франшизу (ліміт, що не покривається, розміром 200 – 500 дол. США), яку доведеться оплачувати за ремонт автомашини самостійно в разі аварії з вини водія. Іноді бувають ситуації, коли страховка анулюється: якщо автомобілем у момент аварії керувала людина, що перебувала в стані алкогольного або наркотичного сп'яніння або не мала прав на водіння автомобілем. В США, наприклад, кермувати машиною дозволяється лише особі, що уклала контракт на її оренду. У Європі, навпаки, клієнт може оформити автомобіль на свою кредитну карту і при цьому має право доручити управляти ним членові своєї сім'ї або другу.

Оскільки автомобіль надається орендареві повністю заправленим паливом, то і повернути його слід з повним баком пального. Порушення цього правила, як вже наголошувалося, може мати дуже серйозні наслідки для клієнта.



Особливу увагу при оформленні оренди транспортного засобу необхідно звернути на його зовнішній вигляд: наявність подряпин, пошкоджень, вм'ятин. Якщо є будь-які вади, то їх слід зазначити в акті прийому автомобіля. Це дасть можливість уникнути непорозумінь і суперечок при поверненні машини.

Слід мати на увазі, що останніми роками у всіх європейських країнах посилюються вимоги до дотримання правил дорожнього руху. Тому туристи зобов'язані уважно вивчити правила дорожнього руху тих країн, в яких вони збираються скористатися послугами «Rent-a-car». В Англії головну трудність представляє незвичний для решти європейців і американців лівобічний рух. Практично у всіх країнах суворо прісікаються порушення швидкісного режиму як в межах міста, так і на трасах. Для реєстрації швидкості автомобіля за кордоном широко використовуються фоторадари. Ці прилади у разі перевищення швидкості фотографують порушника, причому в кадр потрапляє і номер машини, і обличчя водія. Як правило, квитанції для оплати штрафу (разом із фотографіями) надсилаються поштою до офісу підприємства прокату. У разі спроби уникнути від оплати клієнт потрапляє в «чорний список» неблагонадійних водіїв, яким надалі взяти автомобіль напрокат в будь-якій компанії «Rent-a-car» буде дуже складно.

Суттєвими порушеннями в ряді країн (Англія, Німеччина, Греція, Туреччина тощо) вважаються:

- ✓ не пристебнутий ремінь безпеки;
- ✓ виїзд на смугу зустрічного руху;
- ✓ проїзд на заборонний сигнал світлофора;
- ✓ їзда в нетверезому стані.

У багатьох країнах водіям під час керування не дозволяється розмовляти по мобільному телефону. Особливістю подорожі на автомобілі по США є суворе дотримання правил поведінки з представниками влади. Якщо американський поліцейський зупинив водія, останньому у жодному



.....

випадку не варто виходити з машини, йому треба покласти руки на кермо, не робити жодних дій і чекати, поки до нього не підійде поліцейський і не віддасть певне розпорядження.

Великою проблемою при подорожі по туристських маршрутах на орендованому автомобілі є його паркування. Оскільки спеціально виділених місць для паркування машин (платних і безкоштовних стоянок, підземних паркінгів) в містах не так вже багато, автотуристам іноді доводиться залишати машину де доведеться. У кращому випадку це тягне за собою накладання штрафу за порушення, в гіршому доведеться повністю оплачувати послуги евакуатора і штрафну стоянку.

Слід згадати про те, що за кордоном існують спеціальні пункти прокату автомобілів для туристів, що мандрують сім'ями або невеликими групами. Вони надають в оренду останнім автобуси, обладнані під кемпери або каравани. Салони таких автобусів є житловим приміщенням, в якому є кухня з газовою плитою і холодильником, умивальником, душем (або навіть ванною) тощо. Такі автобуси варто використовувати в подорожах по районах з недостатньо розвиненою інфраструктурою туризму.

4.3 Організація залізничних подорожей

4.3.1 Загальна класифікація та особливості використання залізничного транспорту

В структурі міжнародних туристських перевезень залізничний транспорт займає порівняно невелику частку, значно поступаючись авіа- і авторанспорту. Проте значення даного виду транспорту, особливо на пост-радянському просторі, дуже велике, його переваги визначаються такими чинниками, як:

- ✓ безпека і надійність руху (у снігопад, мороз, в тумані і за інших поганих погодних умов поїзда йдуть за графіком);



✓ найбільша провізна здатність (двоколіїні залізничні лінії здатні перевозити по 300 — 500 тис. пасажирів за добу, займаючи при цьому невелику територію);

✓ порівняно низька собівартість залізничних перевезень;

✓ найшвидша доставка пасажирів на відстань до 700 км (порівняно з авіаперевезеннями в такому випадку існує значна економія часу на дорогу до аеропорту і у зворотному напрямку, а також реєстрацію, очікування багажу та інші аеропортні формальності) при реальних швидкостях руху потягів 120 – 160 км/год. і більше;

✓ мінімальна шкода для екології навколишнього середовища;

✓ кращі умови для повної автоматизації перевезень;

✓ здатність використовувати будь-які види енергії, оскільки тяга потягів автономна;

✓ широкий діапазон комфорту і сервісу (салон для нарад, відеобари, доступний телефонний зв'язок тощо).

Наведені переваги залізниць, а також масовість і стабільність перевезень, що ними здійснюються, роблять їх базою для координації і взаємодії всіх видів транспорту, оптимізації складових перевізного процесу. В цих цілях забезпечується узгодження розкладу руху поїздів, автобусів, літаків тощо. При залізничних вокзалах розміщуються цілодобово працюючі автовокзали, готелі, підприємства торгівлі, вузли зв'язку, ресторани, банки, бізнес-центри, що дозволяє забезпечити мінімальні втрати часу пасажирів і створює найбільші зручності при поїздках і пересадках.

Класифікація залізничних поїздів досить складна і має ряд особливостей в різних країнах світу.

Пасажи́рські перевезення на залі́зницях здійснюються в пасажи́рських потягах, які є, в загальному розумінні цього слова, транспортними засобами для перевезення пасажирів, багажу і пошти, що сформовані з вагонів пасажирського парку. Вагони, що призначені для перевезення пасажирів, відрізняються умовами комфортності, які визначають їх тип. Па-



=====
сажирські вагони діляться на м'які з двомісними купе (СВ – спальні вагони), купейні, плацкартні, міжобласні і загальні. У вагонах СВ і купейних місця, де розташовуються пасажирів, відгороджені дверима. Плацкартними вагонами є відкриті вагони з місцями для лежання, міжобласні – з кріслами для сидіння, а загальні – відкриті жорсткі вагони з місцями для сидіння. У проїзному документі крім номера вагону, в якому пасажирів надається місце, вказується і тип вагону, який позначається певною літерою.

Залежно від відстані, на яку курсують пасажирські поїзди, вони поділяються на приміські і дальні.

Приміські поїзди курсують на відстань до 150 км, проте вони можуть мати і більш дальні маршрути. Приміські поїзди часто називають «електричками» у зв'язку з тим, що вони отримують енергію від зовнішньої електромережі. Це назва не зовсім правильна, оскільки в загальному випадку електропоїздом є різновид моторизованого рухомого складу, що тримає енергію від зовнішньої електромережі або від власних електробатарей і здатний покривати відстані в тисячі кілометрів.

Звичайні приміські поїзди мають меншу масу порівняно з рештою пасажирських поїздів, велику місткість, а також часті зупинки в приміських зонах. Вагони приміських поїздів обладнані місцями для сидіння і полицями для ручної поклажі, розташованими по обох сторонах уздовж всього вагону. Місця для сидіння можуть бути жорсткими або м'якими. В середині вагону є достатньо широкий прохід для пасажирів, а з обох торців передбачені тамбури, де також можуть їхати пасажирів. У приміських поїздах передній і задній вагони мають кабіни машиністів, де встановлені пульти управління.

Дальні поїзди курсують на відстань більше 150 км. У схему дальніх поїздів обов'язково включаються вагони-ресторани, а також можуть включатися пересувні камери схову для зайвої ручної поклажі.

До пасажирських поїздів нового покоління можна віднести електропоїзди-експреси, які з недавнього часу почали ходити між крупними міс-



тами. Вони складаються, як правило, з восьми вагонів. У цих експресах вперше в Україні було введено розподіл вагонів на класи. Всі вікна в поїзді тоновані, вагони обладнані біотуалетами, телевізорами, є бар-буфет.

Залежно від швидкості руху поїзда діляться на пасажирські, швидкі і швидкісні.

Пасажирські поїзди – це поїзди, маршрутна швидкість яких складає до 50 км/год. Вони здійснюють багато зупинок в дорозі, при цьому стоянки досить тривалі. Пасажирські поїзди формуються з вагонів меншої комфортності, в них відсутні м'які вагони СВ і значно більше вагонів з плацкартними місцями або загальних вагонів, що збільшує їх місткість порівняно зі швидкими поїздами.

Швидкі поїзди характеризуються вищою швидкістю на маршруті, що складає не менше 50 км/год. Різниця в маршрутних швидкостях пасажирських і швидких поїздів, що прямують в одному напрямі, повинна бути не менше 6 км/год. Швидкі поїзди здійснюють зупинки тільки в крупних містах, проходячи часто без зупинок 200 – 300 км; стоянки за тривалістю не перевищують 15 хв. Швидкі поїзди в своєму складі мають більше вагонів підвищеної комфортності СВ і купейних, відповідно у них менша місткість ніж у пасажирських, і, як правило, вони мають більш зручний розклад.

Швидкісні поїзди, здатні розвивати швидкість від 140 – 160 до 200 км/год. При цьому маршрутна швидкість таких поїздів на всьому шляху проходження не повинна бути менше 85 км/год. Особливістю організації руху швидкісних поїздів є те, що залізничні лінії, де експлуатуються такі поїзди, вимагають певних умов утримання шляхів; штучних споруд; засобів сигналізації і зв'язку; додаткових умов, що забезпечують безпеку руху. Крім того, особливі вимоги висуваються до локомотивів, вагонів, гальм і іншого технічного устаткування. В Україні на сьогоднішній день швидкісний рух здійснюється поїздами «експрес», про яких вже говорилося вище.

Серед дальніх поїздів внутрішнього і міжнародного сполучення ви-



діляється група фірмових поїздів, які на відміну від інших, мають власні назви. Вони відрізняються як зовнішнім виглядом, кольором вагонів, наявністю на бокових стінках вагонів табличок з назвою поїзда, так і внутрішнім убранням. Для формування фірмових поїздів використовуються вагони з терміном експлуатації не більше 10 років або такі, що пройшли капітальний ремонт. У фірмових поїздах забезпечується висока якість обслуговування: персонал проходить спеціальне навчання; використовується постільна білизна з нетривалим терміном експлуатації; чай, кава і кондитерські вироби надаються пасажиром на їх прохання у будь-який час доби, а не за графіком.

За регулярністю руху поїзда діляться на цілорічні, літні і разові. *Цілорічні поїзди* курсують за строгим розкладом і постійним маршрутом протягом всього року. *Літні або сезонні поїзди* включаються до розкладу у весняно-літній період, що обумовлене збільшенням пасажиропотоку в цей час року. *Поїзди разового призначення* можуть використовуватися для вивозу людей при виникненні надзвичайних ситуацій і для організації чартерних або туристських перевезень.

Кожному поїзду відповідно до його категорії надається певний номер, що складається з двох послідовних парних і непарних чисел, наприклад поїзд 63/64. При відправленні потягу в одному напрямі йому надається один номер, а при відправленні назад – інший.

Класифікація поїздів в Європі має ряд відмінностей від вітчизняної класифікації. Всі потяги в Європі діляться на денні і нічні. Всі денні поїзди мають тільки сидячі місця. Зазвичай вагон денного поїзду схожий на салон літака, хоча може бути і розділений на купе або відсіки.

Вагонних провідників в денних поїздах немає, весь склад обслуговують один-два кондуктори, які перевіряють квитки, а в більшості випадків і продають їх. Вони також стежать за посадкою-висадкою пасажирів на станціях, дають сигнал до відправлення, і зачиняють двері вагонів.

Існують вагони першого і другого класу. У першому класі в ряду



три сидіння, а в другому – чотири. Клас вагону позначений великою цифрою біля вхідних дверей, а часто і всередині вагону. Буває, що вагон складається з двох відсіків різних класів.

Крім того, існує розподіл відсіків для тих, хто палить, і хто – ні. Куріння в тамбурах, коридорах і туалетах заборонене.

Зазвичай пасажир купує просто квиток або багаторазовий проїзний без бронювання певного місця, і після посадки сідають на будь-яке вільне місце. Але якщо турист хоче гарантувати собі місце, то забронювати його можна за додаткову плату. На деяких рейсах резервування місця обов'язкове.

При найзагальнішому погляді можна виділити чотири типи денних поїздів: приміські, регіональні, швидкі і високошвидкісні.

Приміські поїзди. Називаються в кожній країні по-різному: Metropolitano (M) – в Італії, RER – в Парижі тощо. Приміські поїзди служать сполучною ланкою між міським транспортом і залізницею. В центрі міст нерідко йдуть під землю, утворюючи єдину систему з міським метрополітеном.

Регіональні поїзди. Зазвичай називаються Regio або Regional (R, RB). Крім того, є безліч локальних назв, пов'язаних з особливостями або назвою місцевості. Ходять практично по всіх лініях, але тривалість рейса звичайно не перевищує двох-трьох годин. Зупиняються практично в кожному населеному пункті, а у великих містах по кілька разів. У багатьох країнах існують також регіональні експresi RegioExpress (RE, IRE, RX, TER), в Італії – Diretto і так далі. Від звичайних регіональних поїздів відрізняються числом зупинок, яких здійснюють у декілька разів менше. У великих містах зупиняються тільки на головних вокзалах.

Швидкі поїзди. Називаються скрізь по-різному, головним чином просто Express. Крім того, в більшості країн Західної Європи існує мережа швидких міжрегіональних поїздів InterRegio (IR). Всі ці поїзди зупиняються лише в крупних і середніх містах, можуть перетинати всю країну і



навіть декілька країн. Салон може бути поділений на купе по шість-вісім місць. Зазвичай швидкі поїзди мають в своєму складі вагон-ресторан або буфет. Окремо виділяються так звані якісні швидкі поїзди – InterCity (IC) є внутрішніми і EuroCity (EC) – міжнародними. Це вища за швидкістю і комфорту категорія швидких поїздів.

Високошвидкісні поїзди. Хоча чіткого поділу на високошвидкісні і звичайні потяги не існує, як правило, високошвидкісним називають транспорт, що рухається зі швидкістю більше 200 км/год. Перший такий поїзд з'явився в Японії в 1964 р. Сікансен (поїзд-куля) нульової серії досягав на маршруті Токіо-Осака швидкості 200 км/год.

Приблизно в цей же час у Франції активно розвиваються ідеї створення і ведеться розробка поїздів на магнітній подушці і навіть на повітряній подушці. Проте, національний оператор залізниць SCNF зосередив увагу на розробці швидкісного поїзду, який можна було б використовувати на звичайних залізницях. Спочатку планувалося в якості двигуна для нового поїзду використовувати газову турбину, зважаючи на її відносно невеликі розміри і високу питому і вихідну потужність. Розроблений прототип отримав назву TGV-001, що розшифровується, як turbine grande vitesse (швидкісна турбіна). Внаслідок загальносвітового зростання цін на паливо довелося відмовитися від газових турбін на користь електровозів, які повинні були використовувати дешеву енергію французьких атомних електростанцій. З тих пір TGV означає «*train à grande vitesse*» – швидкісний поїзд.

Завдяки будівництву спеціальних безстиківих залізничних ліній з великими радіусами поворотів поїзду TGV здатні рухатися зі швидкостями до 320 км/год. Потяги оснащені могутніми тяговими двигунами, об'єднаними вагонами, полегшеними візками, а також пристроями автоматичної локомотивної сигналізації, завдяки якій машиністові не потрібно видивлятися сигнали семафорів на великих швидкостях. Замість установки власних шасі на кожен окремий вагон, вони прикріплюються майже жорстким зчепленням до двовісної платформи між ними. Така конструк-



ція необхідна для того, щоб у разі сходу поїзда з рейок він не перекинувся. Захист від опрокидування також забезпечується завдяки спеціальній пневматичній підвісці, що розроблялася протягом 11 років.

Після того, як два дослідних потяги піддалися ретельним випробуванням і модифікаціям, поїзд TGV був запущений у виробництво, і перший серійний екземпляр був переданий залізниці 25 квітня 1980 р. Пасажирське сполучення TGV між Парижем і Ліоном було відкрито 27 вересня 1981 р. Передбачалося, що поїздом почнуть користуватися бізнесмени, які часто переміщуються між цими містами. Як засіб транспорту, TGV був значно швидший за звичайні поїзди, автомобілі і навіть літаки. Поїзди незабаром стали популярні не тільки серед бізнесменів — суспільство вітало цей швидкий і практичний спосіб пересування між містами.

Будівництво швидкісних трас у Франції продовжувалося: була відкрита лінія «LGV Атлантика» до Туру і Ле Мана (будівництво розпочалося в 1985 р., рух відкритий в 1989 р.); «LGV Північна Європа» убік Калє і бельгійського кордону (будівництво почалося в 1989 р., рух відкритий в 1993 р.); «LGV Рона-Альпи» стало продовженням лінії «LGV Південний Схід», продовживши її до Валанса (будівництво розпочалося в 1990 р., рух відкритий в 1992 р.). У 2001 р. відкрився рух по «LGV Середземномор'є» до Марселю. У 2006 р. побудована лінія «LGV Схід», яка поєднала Париж і Страсбург. За останніх 25 років у Франції побудовано понад 1200 км швидкісних магістралей спеціально для поїздів TGV. Крім того, вони можуть використовувати існуючі звичайні лінії і вокзали, що дуже зручно, оскільки більшість з них знаходиться в центрі міст.

Слідом за Францією швидкісні поїзди з'явилися і в інших європейських країнах. Розгалужену мережу швидкісних залізниць має Німеччина. Німецькі швидкісні потяги, що розробляються під управлінням компанії Siemens AG, носять назву ICE (InterCity Express) і обслуговують 60 % пасажирів на дальніх напрямках. Швидкісний рух діє як на старих ділянках мережі, так і на спеціально побудованих або допрацьованих, де максима-



льна швидкість може досягати 300 км/год.

Особливістю німецького швидкісного сполучення є те, що потяги поєднують між собою не тільки міста Німеччини, але і курсують між столицями та крупними містами сусідніх. За межами Німеччини поїзди ICE мають кінцеві пункти в Амстердамі, Базелі, Брюсселі, Відні, Парижі та інших містах.

Слід особливо відзначити високу економічність потягів ICE, а також незначний вплив на навколишнє середовище. Поїзд третього покоління (при половинному завантаженні) дозволяє знизити витрати енергії на перевезення одного пасажирів на відстань 100 км в перерахунку на бензин до 2 л.

Залізнична мережа, що поєднує Лондон і графство Кент у Великобританії з Парижем і Ліллем у Франції і Брюсселем в Бельгії отримала назву Eurostar. Поїзди Eurostar, що представляють по суті подовжений TGV, пристосований для руху у Великобританії, перетинають Ла-Манш через Євротунель. Сполучення Eurostar відкрилося в 1994 р. Ця лінія частково використовує «LGV Північна Європа» у Франції. Перший етап будівництва швидкісної лінії у Великобританії був завершений в 2003 р. Другий етап був закінчений 14 листопада 2007 р. Тепер найшвидші потяги проходять маршрут від Лондона до Парижу всього за 2 год. 15 хв., а маршрут Лондон — Брюссель — за 1 год. 51 хв. В майбутньому поїзди Eurostar планується замінити на двоповерхові на зразок TGV Duplex. Двоповерхові потяги зможуть перевозити 40 мільйонів пасажирів на рік між Англією і континентальною Європою, що рівнозначно будівництву нової злітно-посадкової смуги у Лондонському аеропорту.

Нічні поїзди. Нічні поїзди складаються переважно з трьох типів вагонів. *Сидячі вагони* в нічних поїздах бувають зазвичай тільки другого класу. У більшості країн Європи вони розділені на купе по шість (іноді вісім) місць в кожному. У деяких країнах жодного розподілу немає, тобто стандартні вагони мають відкриті салони. Іноді вони забезпечуються спеціальними кріслами, які відкидаються.



Наступний тип «нічних» вагонів – *кушеткові*. Він позначається намальованою біля входних дверей кушеткою. Це аналог вітчизняного купе, тільки більш поширеним варіантом є не чотири, а шість полиць – по три з кожного боку. Для проїзду в такому вагоні треба заздалегідь зарезервувати кушетку.

Третій тип нічних вагонів – *спальні*. Спальний вагон позначається намальованим біля входних дверей ліжком. Вони поділені на одно- і дво-місні купе. Також поширеними є тримісні купе.

Нічні поїзди поділяються на два підвиди – швидкі і спальні. Спальні поїзди відрізняються зазвичай вищим рівнем комфорту, а також тим, що перебувають в дорозі лише з вечора до ранку і ніколи не ходять вдень. Спальний потяг здійснює дві серії зупинок – ввечері і вранці.

Ввечері здійснюється лише посадка, а вранці тільки висадка пасажирів. Інші квитки просто не продаються. Вночі ані сісти, ані вийти із спального поїзду не можна. Це зроблено, щоб не турбувати пасажирів. Всі зупинки, які потяг здійснює в цей час, – суто технічні. Спальні вагони з купе на 1-3 чоловік у складі спального поїзду є завжди, а ось кушеткових або сидячих може і не бути. Втім, у більшості поїздів все ж таки є всі типи нічних вагонів.

Резервування місць у спальних поїздах обов'язково. Цінова система тут своя власна, і не залежить від звичайних тарифів на даному маршруті. Ціни також не залежать від відстані, або несуттєво змінюються. Як правило, квитки стоять дорожче, ніж в швидких поїздах. У спальних вагонах першого класу в ціну квитка зазвичай включений сніданок.

Швидкі нічні поїзди вночі зупиняються, а їхати в них можна з будь-якої станції і до будь-якої станції. Зазвичай в швидкому нічному поїзді є всі типи нічних вагонів, хоча в деяких країнах відсутні кушеткові вагони. У швидких поїздах застосовуються звичайні тарифи, і можуть бути використані звичайні квитки. У багатьох країнах швидкі нічні поїзди називаються так само, як і денні швидкі.



Приблизно половина нічних потягів в Європі складається з декількох частин, що прямують в різні міста. Посеред ночі такий поїзд або просто розділяється на частини, або обмінюється вагонами з іншими поїздами.

Обслуговування пасажирів на залізничному транспорті в Україні регламентується рядом нормативно-законодавчих актів, зокрема, Міжнародним Статутом залізниць, Статутом залізниць, Законом України «Про транспорт», Законом України «Про залізничний транспорт», Правилами перевезення пасажирів, Правилами перевезення контейнерів.

Перевезення груп туристів залізничним транспортом організовуються на регулярних поїздах, призначених для загального користування, і на спеціальних, які формуються під певний маршрут і на певний час.

Перевезення пасажирів рейсовими поїздами постійного сполучення здійснюються у тому випадку, коли туристська фірма не має необхідності перевозити велику кількість туристів. В Україні, турфірма звертається до підприємства «Укрзалізниця» з письмовою заявою встановленого зразку про виділення необхідної кількості проїзних документів на регулярний рейсовий потяг.

Резервування місць для перевезення організованих груп здійснюється на підставі письмової заяви організатора перевезення. Заява від організатора перевезення – юридичної особи підписується її керівником. У заяві вказуються: повне найменування юридичної особи, її місцезнаходження, реквізити банку, який обслуговує, дата від'їзду, бажаний номер поїзда, кількість і категорія місць, станції відправлення і призначення.

Заява про перевезення групи дітей шкільного віку засвідчується підписом директора школи, де вчаться школярі, або завідувача районного відділу освіти, або керівника юридичної особи – організатора перевезення.

Заява про резервування місць надається тільки в період, коли попередній продаж проїзних документів на дату, яку замовляє організатор перевезення, вже розпочався. Резервування місць за телеграмами юридичних чи фізичних осіб не проводиться. Плата за послуги з резервування



місць здійснюється готівкою в день замовлення або в безготівковому порядку протягом 3 днів з дня замовлення за кожне замовлене місце, незалежно від того, яка кількість місць фактично буде викуплена.

Замовник повинен викупити проїзні документи на замовлені місця у день, призначений квитковим касиром. При цьому враховуються, як правило, такі граничні терміни викупу проїзних документів: при замовленні місць за 45 – 30 діб до відправлення поїзда місця повинні бути викуплені за 20 діб до відправлення поїзда, при замовленні за 29 – 12 і 11 – 6 діб місця повинні бути викуплені відповідно за 10 і 5 діб. Якщо заява надається за 3 – 5 діб до відправлення поїзда, то проїзні документи повинні бути викуплені протягом 2 діб.

Заяви, що подаються в термін менше 3 діб до часу відправлення поїзда, повинні бути оформлені в день резервування місць. Місця з не викуплених у визначений термін проїзних документів передаються у загальний продаж, замовлення анулюється. Плата за резервування місць не повертається.

Резервування місць для перевезення груп дітей на період літніх канікул проводиться на підставі заяв, які подаються організаторами оздоровлення дітей в пункти резервування залізниць до 15 квітня поточного року. Заяви на перевезення груп дітей в період літніх канікул, подані до 15 квітня, підтверджуються організатором оздоровлення дітей за 40 – 45 діб до відправлення поїзда, а подані після 15 квітня задовольняються залізницею залежно від наявності вільних місць, рухомого складу та розкладів руху додаткових поїздів.

У цьому разі оплата за резервування місць здійснюється організатором оздоровлення дітей при підтвердженні заяви. Якщо в заяві замовлено окремий(і) вагон(и), вартість перевезення сплачується за всю кількість місць даного(их) вагона(ів).

**4.3.2 Організація спеціальних туристських потягів**

При організації спеціальних залізничних турів між залізницею і туроператором укладається договір на виділення поїздів і вагонів. Предметом угоди є надання орендареві (туроператорові) спеціального потягу на певну кількість місць. До загальної кількості місць включаються місця для дирекції туристичного поїзду, бригади потягу і працівників вагонів-ресторанів.

У договорі визначається порядок здачі-прийому поїзду. Передача потягу орендареві і його повернення здійснюється на основі акту.

У договорі обговорюються вартість оренди і порядок розрахунків. При оформленні перевезень туристів в орендованих вагонах стягується плата: за оренду по ставках, встановлених адміністрацією залізниці; вартість проїзду за фактичну кількість туристів, але не менше кількості місць у вагоні по тарифах, відповідних класу пасажирського потягу; вартість перевезення багажу. До орендної плати також входить оплата постільної білизни, вартість холостого (нульового) пробігу, вартість відстою потягу на спеціально обладнаних коліях, вартість 3-4 разового харчування та інші витрати. До суми чистої орендної плати додається сума встановленої (оголошеною) норми прибутку.

У разі відмови орендаря від оренди після підписання договору за 20 днів до його відправлення він сплачує штрафні санкції (неустойку) в процентному відношенні до суми оренди. Аналогічну неустойку сплачує залізниця у разі відмови у наданні послуг відповідно до договору.

До договору оренди спеціалізованого туристичного потягу додаються:

- ✓ маршрут поїздки і пункти зупинок;
- ✓ терміни подорожі з визначенням дат і тривалості зупинок в кожному пункті маршруту;
- ✓ кількість вагонів-ресторанів;
- ✓ послуги в поїзді (напої, чайна продукція, сніданки в купе тощо).



У штаті туристського потягу окрім обслуговуючих бригад потягів передбачається: директор турпоїзду (керівник маршруту), інструктор-методист з туризму, аніматори (культорганізатор), лікар та інші.

Директор турпоїзду призначається з висококваліфікованих туристських працівників, що мають досвід виховної, адміністративної і туристсько-екскурсійної роботи. Він відповідає за роботу підлеглого йому персоналу, належний порядок у всіх вагонах, виконання плану-графіка маршруту, проведення виховної, культурно-масової, екскурсійної роботи. Він бере участь в комісії з перевірки готовності поїзду до рейсу, веде облік і звітність, проводить вступну і завершальну бесіди з туристами, відповідає разом з бригадиром (начальником) поїзду за якість послуг, що надаються, відповідно до договору. Він має право знімати з поїзду туристів, що систематично порушують правила внутрішнього розпорядку.

Інструктор-методист складає плани виховної, культурно-масової і туристсько-екскурсійної роботи і відповідає за організацію дозвілля. Він проводить регулярні бесіди в туркабінеті або по радіотрансляційній мережі, знайомить туристів з інформацією щодо маршруту, організовує концерти, планові екскурсії, зустрічі тощо. В його оперативному підпорядкуванні знаходяться культорганізатор і акомпаніатор. Інструктор-методист відповідає за посадку туристів і їх розміщення, забезпечення туристськими путівками, отримання газет, журналів, особистої кореспонденції для туристів.

Лікар турпоїзду працює відповідно до його посадових обов'язків. Він призначається з осіб, що мають стаж лікувальної роботи і що пройшли інструктаж з питань гігієни і епідеміології. Його основним обов'язком є надання екстреної медичної допомоги в дорозі і профілактика захворювань, контроль за дотриманням санітарного режиму у вагонах і ресторанах.

У вагонах для мандрівників розміщується наступна інформація: розклад руху турпоїзду; прізвища директора турпоїзду, інструктора-методиста, лікаря; номер вагону-ресторану, в якому туристи харчуються, час харчування.



На спеціальних пунктах відстою туристських потягів повинні бути наступні види облаштування:

- ✓ освітлення всієї території;
- ✓ радіофікація, електронний навісний годинник;
- ✓ телефони;
- ✓ майданчик для стоянки автобусів;
- ✓ туалети, умивальники, кімнати відпочинку туристів, побутові кімнати;
- ✓ пристрої для заправки вагонів водою, паливом, зарядки акумуляторних батарей;
- ✓ пристрої для прибирання і видалення сміття.

Такі пункти передбачають харчування туристів або у вагонах-ресторанах туристського поїзда, або автономно – в міських пунктах громадського харчування.

Екскурсійне обслуговування здійснюється рецептивними туроператорами – туристичними організаціями в місцевості перебування туристів. Договір на екскурсійне обслуговування або відвідання музею, включає наступні пункти:

- ✓ назву і тривалість екскурсії, засоби пересування (пішохідні, автобусні, водним транспортом, кінні тощо);
- ✓ вартість екскурсій;
- ✓ чисельність екскурсантів в групі на кожній екскурсії;
- ✓ матеріальну відповідальність за ненадання екскурсійного обслуговування.

Також екскурсантам за додаткову плату надаються послуги, що не включені у вартість турпакету. Як правило, це специфічні екскурсії, наприклад, відвідання дельфінаріїв і аквапарків, рибна ловля тощо. З підприємствами, які надають такого роду екскурсії можуть укладатися окремі договори з метою отримання пільгових групових цін.

Подорож на турпоїздах – це перспективний вид туризму, можливість



.....
ознайомитися з природою, музеями, виставками, театрами інших міст. Проте необхідно відзначити, що в пострадянський час в Україні чартерні перевезення на спеціальних туристських поїздах практично не здійснюються.

Залізничні подорожі досить популярний вид відпочинку за кордоном. Найбільш стійкими прихильниками цього виду туризму вважаються німці, англійці і швейцарці. Причому, якщо жителі Великобританії і Швейцарії віддають перевагу поїздам своїми країнами, тоді як, наприклад, німці подорожують всією Європою. Особливим шиком вважаються *залізничні круїзи*, а найпопулярнішим є «Східний експрес» стилізований під знаменитий потяг початку ХХ ст.

Розвиток залізничного туризму багато в чому пов'язаний з діяльністю американської компанії «Вагон-Лі», що була створена братами Пульман в 1872 р. Через 12 років, у 1884 р. була утворена міжнародна компанія «Вагон-Лі і Великий Європейський експрес». Її основною метою була організація залізничного сполучення між столицями європейських країн. Саме ця компанія 5 червня 1883 р. ввела в експлуатацію знаменитий «Східний експрес», що курсував за маршрутом Париж – Константинополь і долав цю відстань за 80 годин. У 1898 р. зусиллями «Вагон-Лі» була почата експлуатація «Транссибірського експреса», в 1922 р. був введений «Блакитний експрес», а в 1926 р. – «Золота Стріла». В Росії після революції 1917 р. було націоналізовано більше 160 висококласних вагонів, які належали цій компанії, що нанесло серйозний збиток «Вагон-Лі». Проте, компанія змогла утриматися на європейському ринку залізничних перевезень. Після Другої світової війни «Вагон-Лі» була реорганізована в міжнародну компанію «Вагон-Лі і туризм».

Післявоєнний розвиток залізничного сполучення пов'язаний із появою високошвидкісних поїздів. Перший такий потяг, що отримав назву «Поїзд-куля» за обтічний корпус і високу швидкість руху, був побудований у Японії на початку 1960-х рр.

У Європі швидкісні залізничні лінії були побудовані трохи пізніше.



Поїзда, що курсували по них, поєднали основні європейські міста. Перевагою швидкісних залізничних ліній перед авіалініями стало те, що поїзда звичайно прибувають на вокзали, розташовані в центрі міст, що мінімізує витрати часу і коштів на трансфер.

Кінець ХХ ст. характеризувався стрімко зростаючим попитом на залізничні круїзи, що представляють собою одно- і багатоденні туристські подорожі на поїздах в умовах підвищеної комфортності. Під час таких поїздок передбачене бездоганне обслуговування туристів, вишукане харчування, широка культурно-пізнавальна і розважальна програма.

Лідером сучасних залізничних круїзів може вважатися компанія «Орієнт-Експрес», що не тільки відновила у 1980 р. знаменитий «Східний експрес», але і значно розширила його культурно-пізнавальну програму. Сьогодні маршрути компанії «Орієнт-Експрес» пролягають через такі міста, як Лондон, Париж, Венеція, Рим, Відень, Будапешт, Прага, Бухарест, Стамбул.

Останніми роками спостерігається зростання інтересу до залізничного туризму на Американському континенті, де лідирують три тривалі за часом маршрути: «Транс-Канада» (10 діб), «Транс-Америка» (12 діб), «Транс-Атлантика» (12 діб).

Подорожі на поїздах категорії люкс здійснюються і в інших європейських країнах. Наприклад, у Великобританії одноденна подорож коштує від 99 до 200 фунтів, уїк-енд – від 400 до 600 фунтів. Маршрут потягу «Королівський шотландець» проходить по шотландських високогір'ях, обслуговуючий персонал одягнений в шотландські кілти.

У Норвегії є популярними туристські маршрути на спеціалізованих потягах з оглядом найбільших і найкрасивіших фьордів в світі.

Іспанією прокладений маршрут туристичного поїзду «Аль Андалуз». Під час подорожі, яка триває тиждень, туристи відвідують Мадрид, Севілью, Кордову, Гранаду, Рондо. Шлях прокладений по кільцевому маршруту, тобто починається і закінчується у Мадриді. Туристи розміщуються в



п'яти спальних вагонах, відреставрованих в стилі Бель Епок. Купе класу люкс має душ, туалет, кондиціонер, телевізор. Додатково є два вагони-ресторан, бар, бібліотека. Вдень туристи здійснюють екскурсії, вночі переїжджають в інше місто.

В Індії існують два комфортабельні потяги «Пелес він Уїлз». Туристичні поїзди мають різний рівень комфортності і різну ціну туру. Більш комфортним і дорогим туром є подорож на потягу, вагони якого оформлені в стилі індійських махараджей. Маршрут розрахований на 8 днів (7 ночей). Маршрут сезонний і працює з вересня по квітень. У поїзді є міні-бар, вагони-ресторани з індійською і європейською кухнею, салон-вагон з панорамним оглядом, бібліотека. Залежно від класу купе ціна варіюється від 250 до 500 дол. за добу.

Найбільш відомими туристичними поїздами на Африканському континенті є «Ровос Рейл» і «Блю Трейн», що працюють з кінця 80-х років ХХ ст. На поїзді «Ровос Рейл» здійснюється 12-денна подорож. Мандрівникам пропонують розміщення в купе зі всіма зручностями, харчування і дегустація блюд місцевої кухні, алкогольні напої без обмеження, екскурсійну програму і прогулянки по національних парках. Компанія має і менш тривалі залізничні маршрути, наприклад, чотириденні тури «Слідами Кіплінга» або «Подорож Преторією».

Цікаво організована залізнична подорож на «Блю Трейн». Цей потяг вважається одним з найбільш комфортабельних в світі, обслуговує чотири маршрути. Подорож поїздом «Блю Трейн» можуть одночасно здійснити тільки 84 пасажери. Потяг складається з 11 спальних вагонів, 2 вагонів для відпочинку, вагону-ресторану і сервіс-вагонів. Купе на двох осіб мають площу 16 кв.м. Вони оформлені в стилі часів королеви Вікторії, але мають всі сучасні зручності.

Величезною популярністю користуються і залізничні круїзи по території Австралії. Під час маршруту Indian Pacific протяжністю 4352 км., поїзди проходять найдовшу в світі пряму ділянку шляху. Ця ділянка в 478



кілометрів знаходиться на рівнині Налларбор на північ від Великої Австралійської затоки. Подорож по лінії триває 65 годин і проходить через три австралійські штати: Західна Австралія, Південна Австралія і Новий Південний Уельс. Поїзди для туристів, що курсують по цій лінії, розділені на три класи обслуговування: платинум (преміум обслуговування), золотий сервіс (або Золотий кенгуру – одномісні і двомісні купе, харчування в ресторані) і червоний сервіс (або Червоний кенгуру – за рівнем обслуговування відповідає економ-класу авіакомпаній). Під час стоянок цього потягу передбачені екскурсії по місцевих визначних пам'ятках.

Китай також планує запустити залізничний круїз – найрозкішніший потяг, що прямуватиме маршрутом Пекін – Лхаса. Всього задумане будівництво трьох поїздів, які вирушатиме кожні вісім днів, а сама мандрівка триватиме п'ять днів. Кожен потяг складатиметься з 13 пасажирських вагонів і двох вагонів – ресторанів. Внутрішній інтер'єр нагадуватиме убрання п'ятизіркового готелю, в якому зможуть розміститися не більше 96 пасажирів.

Рейтинг популярності залізничних круїзів визначається Асоціацією Міжнародних Залізничних Мандрівників, створеною в 1983 році. У список найбільш популярних потрапили як розкішні поїзди класу люкс, такі як Транссибірський експрес «Золотий орел», індійський «Deccan Odyssey» і «Гордість Африки» від компанії Rovos Rail, так і незвичайні, стилізовані паровозики, на яких можна дістатися до видалених регіонів: наприклад, новітній приватний поїзд «Danube Express», що здійснює тижневі круїзи Центральною Європою. В цілому ж список з 25 найбільш популярних залізничних маршрутів виглядає таким чином:

- 1) Canadian (Канада)
- 2) Royal Canadian Pacific (Канада)
- 3) Canadian Rockies Steam Express (Канада)
- 4) Rocky Mountaineer (Канада)
- 5) GrandLuxe Express (США)



- 6) Sierra Madre Express (Мексика)
- 7) Andean Explorer (Перу)
- 8) Hiram Bingham (Перу)
- 9) Blue Train (Південна Африка)
- 10) Pride of Africa (Rovos Rail) (Південна Африка)
- 11) Palace on Wheels (Індія)
- 12) Eastern & Oriental Express (Південно-Східна Азія)
- 13) ShangriLa Express (Китай/Тибет)
- 14) Toy Train (Індія)
- 15) Deccan Odyssey (Індія)
- 16) Danube Express (Центральна Європа, Туреччина)
- 17) Al Andalus Express (Іспанія)
- 18) El Transcantabrico (Іспанія)
- 19) Транссибірський експрес «Золотой орел» (Росія)
- 20) Venice Simplon-Orient-Express (Європа)
- 21) Glacier Express (Швейцарія)
- 22) Royal Scotsman (Шотландія)
- 23) Ghan (Австралія)
- 24) Indian Pacific (Австралія)
- 25) Sunlander (Австралія)

Існуючий зарубіжний досвід свідчить про те, що залізничні компанії активно беруть участь в розвитку туризму і успішно ведуть туристичну діяльність. У цьому відношенні цікавий досвід роботи залізничних компаній Німеччини, Швейцарії, Швеції, Іспанії, США, Індії, ПАР та інших країн. Так, на залізницях Німеччини при підрозділі з пасажирських перевезень створено відділення подорожей і туризму, яке реалізує як комплексні туристські маршрути з розміщенням в готелях, що належать йому, і екскурсіями на власних автобусах, так і пропонує пасажирам різні пакети послуг «поїзд +» при купівлі залізничних квитків. Це свідчить про те, що туристська діяльність залізничних компаній приносить їм стійкі доходи і



дозволяє вирішувати існуючі фінансові проблеми.

За часів існування Радянського Союзу дуже широку популярність мали подорожі на залізничних туристичних потягах, які відрізнялися у порівнянні із зарубіжними низьким рівнем комфортності, але при цьому і достатньо низькою ціною. Потяг складався із звичайних плацкартних або купейних вагонів. У найбільш крупних туристичних центрах були обладнані спеціальні місця стоянки туристичних поїздів. Так, наприклад, стоянка «Київ-Дніпровський» одночасно приймала і обслуговувала 4 туристичних потяги.

В Україні туристські залізничні поїзди поки не отримали належного розвитку. Існують поодинокі екскурсійні потяги, які курсують на незначні відстані, наприклад, раз на рік, з Харкова вирушає спеціальний екскурсійний поїзд маршрутом «Харків – Прохоровка», який прямує з Харківської області до Білгородської без зупинок.

4.4 Організація обслуговування туристів водним транспортом

4.4.1 Загальна характеристика і класифікація водних подорожей

Згідно із статистичними даними ЮНВТО водний транспорт сьогодні використовують не більше 7% міжнародних туристів. Невисока швидкість пересування багато в чому сприяли трансформації даного виду транспорту, зміні його основного профілю: від простого перевезення туристів до організації повномасштабних водних подорожей.

Залежно від сфери обслуговування *сучасний водний транспорт розділяється на морській і річковий*. Водні суда, що відносяться до морського транспорту, здійснюють міжнародні, дальні і каботажні перевезення. *Міжнародне морське сполучення* – це перевезення пасажирів і вантажів за межі певної країни; до *дальніх перевезень* відносяться рейси між портами однієї країни при перебуванні морських судів у відкритому морі (відкрите



море не підпорядковане суверенітету певної країни, воно визнається надбанням людства і може використовуватися всіма державами і особами); *каботажні рейси* здійснюються уздовж узбережжя між морськими портами без виходу у відкрите море.

Судна річкового флоту здійснюють перевезення пасажирів і вантажів по водних шляхах, що знаходяться, всередині території держави. До внутрішніх водних шляхів відносяться: річки, озера, крупні водосховища, канали, шлюзи. У зв'язку з цим правова сфера водних транспортних перевезень включає нормативні акти, що регулюють діяльність морського транспорту і внутрішнього водного транспорту.

Перевезення пасажирів і багажу морським транспортом регулюються документами міжнародного і національного законодавства. При міжнародних перевезеннях діють міжнародні договори і конвенції, серед яких можна виділити Афінську «Конвенцію про перевезення морем пасажирів і багажу», яка була ухвалена у 1974 р. В Афінській Конвенції передбачена відповідальність перевізника за шкоду, заподіяну внаслідок смерті пасажирів або нанесення йому тілесного ушкодження, а також внаслідок втрати або пошкодження багажу.

Однією з міжнародних організацій, що опікується питаннями морського судноплавства, є міжнародна морська організація ІМО (International Maritime Organization), створена в 1958 р. Вона розробляє міжнародні акти в області морських перевезень, зокрема, пов'язані з безпекою мореплавства і з захистом морського середовища від забруднення. У результаті діяльності цієї організації були підписані ряд конвенцій, що регулюють міжнародні морські перевезення: «Міжнародна Конвенція про охорону людського життя на морі» (1974 р.); «Міжнародна Конвенція про уніфікацію деяких правил перевезення морем багажу і пасажирів» (1967 р.); «Міжнародна Конвенція про уніфікацію деяких правил, що відносяться до перевезення пасажирів морем» (1981 р.); «Міжнародна Конвенція про пошук і порятунок на морі» (1979 р.); «Конвенція про запобігання за-



брудненню морей скиданням відходів і інших матеріалів» (1972 р.) та інші.

Найбільш перспективним і поширеним напрямом організації водних перевезень є круїзи, які розподіляються на морські, річкові та комбіновані.

Основними районами морських круїзів є Карибський басейн, Середземне море, Північна Європа і Скандинавія.

Головною перевагою Карибського басейну є те, що круїзи тут можна проводити цілорічно. Туристи, що подорожують по маршрутах Карибського басейну, мають можливість відвідати декілька країн і ознайомитися з їх визначними пам'ятками; відпочити на прекрасних пляжах; побачити знамениті водоспади і вулкани; взяти участь в плаванні з дельфінами в Блакитній Лагуні на Багамських островах; займатися дайвінгом або снорклінгом*.

Круїзи по Середземному морю пропонують ознайомитися з багатою культурою і історією європейських країн (Іспанії, Франції, Італії, Греції) і країн Північної Африки (Марокко, Тунісу, Єгипту).

Велику популярність останнім часом набули круїзи уздовж північного узбережжя континентальної Європи із заходом в порти Великобританії, Франції, Німеччини, країн Прибалтики, Польщі, Російської Федерації (з відвіданням м. Санкт-Петербург), країн Скандинавії (де основний інтерес представляють фіорди). Недоліком даних круїзів є їх сезонність: не тільки погана погода, але і короткий світловий день перешкоджають їх успішному проведенню в зимовий час. Проте, в період новорічних свят окремі ділянки круїзних маршрутів все ж таки використовуються.

Значною популярністю користуються і інші напрями морських круїзних подорожей: узбережжя Індійського океану, острови Південно-Східної Азії, Австралії, Західне узбережжя Північної Америки і Аляски.

* Снорклінг – це вид плавання на поверхні води або пірнання на малих глибинах, за допомогою маски, дихальної трубки (яка називається шноркель) і ласт. Цей вид відпочинку, доступний практично усім. Особливо він популярний у тропічних широтах, де особливо різноманітне і барвисте підводне життя. Плаваючи у такий спосіб, можна довгий час перебувати у воді, оскільки потрібно мінімум зусиль, і спостерігати за кораловими рифами і їх мешканцями, рибами та молюсками, морськими зірками і іншими мешканцями морів.



Деякі круїзні компанії організовують кругосвітні подорожі, що тривають більше чотирьох місяців.

Останнім часом популярністю стали користуватися круїзи на криголамах, які організовують на архіпелаги Північного Льодовитого океану, до Північного полюса і до берегів Антарктиди. Льодові круїзи можуть здійснюватися практично круглий рік: взимку їх основний напрям Антарктида, а влітку арктичні моря. Вартість таких турів досить висока від 10 000 дол.

Особливістю льодових круїзів є те, що часто їх проведення вимагає додаткового використання інших транспортних засобів. Наприклад, при організації круїзної програми на фінському криголамі «Сампо» туристів спочатку доставляють на судно, що стоїть в льодах, на мотосанях або собачих упряжках. Під час туру мандрівникам пропонується відвідати село саамів – корінних мешканців Лапландії, а також викупатися в крижаній воді в спеціальних теплих водонепроникних костюмах. Екскурсанти можуть побачити також (якщо пощастить) мешканців північних морів – тюленів, моржів тощо.

Для здешевлення льодових круїзів розроблені комбіновані тури, що передбачають поєднання криголама, гелікоптера і літака. Наприклад, один з маршрутів на Північний полюс включає спочатку переліт на літаку з Санкт-Петербурга до Діксону, далі на криголамі на острови архіпелагу Північна Земля, де туристи відпочивають на полярній станції «Прима». Тут пропонуються вертолітні екскурсії на пташині базари, до колоній тюленів, місць проведення полярних експедицій. Після цього криголам вирушає до Північного полюса, а звідти гелікоптером туристів доставляють назад на Північну Землю і потім на материк.

Різновидом морських круїзів є круїзи на поромах, які за останні роки набули великої популярності. *Пором* – це плавуча споруда, що використовується для регулярного перевезення транспортних засобів (автомобілів, автобусів, залізничних вагонів), вантажів і пасажирів через водні перешкоди між певними береговими пунктами.



Сучасні пороми, що використовуються в круїзних цілях, є багатопалубними кораблями, побудованими за останнім словом науки і техніки, які схожі на справжні міста на воді. Найкомфортабельніші в світі поромні круїзи здійснюються у Балтійському морі компаніями «Silja Line» і «Vikin Line». На них клієнтам пропонується відвідати дискотеки, ресторани, кафе, сауни, басейни, магазини безмитної торгівлі тощо. Тривалість туристських програм на цих поромках складає 4 – 8 днів. В Україні в цьому сегменті пропонується маршрут Одеса – Стамбул – Одеса.

Різновидом круїзів можуть вважатися річкові круїзи. Подорожі по річках і озерах можна віднести до найбільш улюблених видів відпочинку в країнах із розвиненими внутрішніми водними системами. Будівництво в середині минулого століття комфортабельних річкових судів, спеціально призначених для роботи на туристських маршрутах, сприяло інтенсивному розвитку річкових круїзів.

Круїзи, що здійснюються по внутрішніх водних артеріях, у порівнянні з морськими мають ряд переваг. Вони дозволяють милуватися пейзажем, що постійно змінюється; вивчати архітектуру міст, якщо маршрут поїздки проходить через крупні населені пункти; причалити до будь-якого живописного містечка, якщо подорож здійснюється на невеликому маневреному судні. Крім того, гідротехнічні споруди, що побудовані на річках і озерах (шлюзи, канали, водосховища), самі по собі представляють об'єкти, які гідні уваги туристів. Багато мандрівників віддають перевагу річковим круїзам із-за невисокої місткості річкових транспортних засобів порівняно з морськими. Річковий круїз для туриста може здійснюватися в одному напрямі або мати кільцевий маршрут.

Перспективним може вважатися і круїз, що організовується за принципом «річка – море – річка», під час якого передбачається вихід у відкрите море з наступним поверненням у русло ріки. Такі круїзи були започатковані у Радянському Союзі. Для України перспективним може бути розробка і впровадження маршрутів Дніпро – Чорне море – Дунай.



4.4.2 Характеристика ринку морських круїзів

Структура ринку морських круїзів сформувалася в сучасному вигляді на початку 21 століття. На сьогоднішній день в світі існує більше 20 круїзних компаній, більшість з яких входить в 3 найбільші круїзні холдинги – Carnival Corporation, Royal Caribbean і Star Cruises, а також декілька незалежних круїзних компаній.

Найкрупнішим круїзним холдингом з найбільшим обсягом круїзних пасажирів є *Carnival Corporation*. Загальна чисельність персоналу круїзного холдингу складає більше 80 000 чоловік, а чистий прибуток від морських круїзів за 2007 рік перевищив 2,4 мільярда доларів. Холдинг володіє 88 круїзними лайнерами, які здійснюють морські круїзи Аляскою, Багамськими островами, Бермудськими островами, Карибськими островами, Південною Америкою, Середземним морем, Північною Європою, Тихоокеанським регіоном. У круїзний холдинг *Carnival Corporation* входять наступні круїзні компанії:

- ✓ Carnival Cruise Lines,
- ✓ Princess Cruises,
- ✓ Holland America,
- ✓ The Yachts of Seabourn,
- ✓ Cunard,
- ✓ AIDA,
- ✓ Costa Cruises,
- ✓ Ibero Cruceros,
- ✓ P&O Cruises,
- ✓ Ocean Village,
- ✓ P&O Cruises Australia.

Круїзна компанія *Carnival Cruise Lines* вважається найпопулярнішою круїзною компанією у світі. Під час морських круїзів на борту тури-



стам пропонується безліч варіантів харчування і розваг, при цьому кількість опцій під час круїзів постійно розширюється.

Круїзна компанія *Princess Cruises* має в своєму розпорядженні 16 круїзних лайнерів і перевозить близько одного мільйона круїзних пасажирів на рік по 280 круїзним напрямам в морських круїзах тривалістю від 7 до 30 днів. Круїзна компанія *Princess Cruises* стала однією з перших, що запровадила на своїх лайнерах такі інновації, як цілодобове харчування і збільшену кількість кают з балконом, які зараз є нормою в круїзній індустрії.

Круїзна компанія *Holland America Line* здійснює круїзи класу преміум. Історія круїзної компанії нараховує більше 130 років, а круїзний флот – 14 лайнерів, які під час круїзів заходять в більш ніж 300 портів на всіх континентах. Тривалість круїзів складає від 2 до 108 днів.

Круїзні лайнери компанії *Cunard* зберігають традиції золотої ери трансатлантичних плавань, пропонуючи круїзним пасажирам класичні інтер'єри і висококласне обслуговування. Круїзний флот компанії складається з трьох круїзних лайнерів, останній з яких, *Queen Victoria*, був спущений в 2007 році. Круїзний лайнер *Queen Mary* є єдиним пасажирським судном, яке під час морських круїзів продовжує здійснювати регулярні трансатлантичні переходи, як і в середині 19 століття.

Круїзна компанія *Costa Cruises* має круїзний флот з дванадцяти круїзних лайнерів і посідає лідируючі позиції за обсягом круїзних перевезень у Середземному морі. Круїзні лайнери *Costa Cruises* також здійснюють морські круїзи Північною Європою, Карибськими островами, Близьким Сходом, Південною Америкою.

Круїзна компанія *P&O Cruises* – круїзний бренд, орієнтований на британський круїзний ринок. Круїзні лайнери P&O поєднують англійські традиції і модні інновації і здійснюють круїзи Середземним морем, Карибськими островами, Південною Америкою, Атлантичним океаном, Скандинавією, а також кругосвітні круїзи.



Круїзна компанія *P&O Cruises Australia* – невелика круїзна компанія, орієнтована на Австралійський круїзний ринок з двома круїзними лайнерами і обсягом круїзних перевезень близько 100 000 пасажирів на рік. Круїзні лайнери *P&O Cruises Australia* здійснюють круїзи з Сіднея, Окленда і Брісбена.

Круїзна компанія *AIDA* – круїзний бренд, створений для німецького круїзного ринку. Круїзні лайнери *AIDA* носять найменування *Das Clubshiff* («Клубний лайнер»). Під час морських круїзів пасажиром пропонується набір розваг і круїзного сервісу, що можна порівняти зі світовими курортами рівня 4-5*. Круїзи компанії *AIDA* розраховані на молоду публіку, яка прагне розважатися і відпочивати. Круїзні лайнери *AIDA* здійснюють круїзи Середземним морем, Північною Європою, Канарськими островами, Близьким Сходом.

Круїзна компанія *Ocean Village* розрахована на пасажирів у віці до 50 років і пропонує активні розважальні програми на борту й на березі, включаючи скелелазіння, рафтинг, катання на гірських велосипедах, сафарі на джипах. Круїзна компанія має в своєму розпорядженні парк техніки і інвентаря для активного відпочинку. Круїзні лайнери *Ocean Village* здійснюють семиденні круїзи Середземним морем і Карибськими островами.

Круїзна компанія *Ibero Cruceiros* – круїзний бренд, що представлений на круїзних ринках Іспанії, Португалії і Бразилії. Три круїзні лайнери компанії здійснюють подорожі Середземним морем, Північною Європою, Карибськими островами і уздовж узбережжя Бразилії.

Круїзна компанія *The Yachts of Seabourn* – це круїзна компанія сегменту *luxury*. Три круїзні лайнери компанії мають на борту каюти лише категорії *suite*, пропонують пасажиром блюда високої кухні, мінібари в каютах з напоями за вибором пасажирів, особистих дворецьких і консьєржів, а також ексклюзивні заходи до портів за маршрутами круїзів.

Другим за величиною круїзним холдингом в світі є круїзний холдинг *Royal Caribbean*. Він має в своєму розпорядженні круїзний флот з 38 круїз-



них лайнерів, здатних взяти на борт в цілому більше 78 000 круїзних пасажирів. Чистий прибуток цієї компанії у 2007 році склав більше 600 млн. дол. До круїзного холдингу Royal Caribbean входять такі круїзні компанії:

- ✓ Royal Caribbean International,
- ✓ Celebrity Cruises
- ✓ Azamara Cruises,
- ✓ Pullmantur S.A.,
- ✓ CDF (Croisieres de France),
- ✓ Island Cruises.

Круїзна компанія *Royal Caribbean International* має обсяг перевезень близько трьох мільйонів пасажирів на рік і орієнтована на сімейний відпочинок з розважальними програмами, різними видами активного відпочинку і можливістю релаксації. Деякі круїзні лайнери Royal Caribbean мають на борту повноцінні льодові катки і стіни для скелелазіння.

Круїзна компанія *Celebrity Cruises* відноситься до сегменту круїзного ринку premium, оперує великими круїзними лайнерами, які пропонують круїзним пасажиром сервіс, що персоналізується під час круїзу, високу кухню і увагу до усіх побажань пасажирів.

Круїзна компанія *Azamara Cruises* відносяться до сегменту круїзного ринку deluxe і має у своєму розпорядженні два круїзні лайнери, що здатні відправитися в морський круїз з 700 круїзними пасажиром кожен. Невеликі круїзні лайнери здійснюють свої круїзи ексклюзивними маршрутами і пропонують пасажиром висококласний сервіс на борту і спеціальні екскурсії в портах заходу під час круїзу.

Круїзна компанія *Pullmantur S.A.* базується в Іспанії і є найбільшим круїзним оператором цієї країни. Круїзи Pullmantur охоплюють Середземне море, Північну Європу і Латинську Америку. З моменту входження круїзною компанією Pullmantur до круїзного холдингу Royal Caribbean у 2006 році до його чотирьох круїзних лайнерів додалися ще два круїзні лайнери холдингу – круїзний лайнер Zenith, що належав раніше круїзної



компанії Celebrity Cruises, і круїзний лайнер Empress, що належав круїзній компанії Royal Caribbean International. Круїзна компанія Pullmantur має також власний повітряний флот, що здійснює чартерні перевезення круїзних пасажирів з Мадрида до круїзних портів відправлення в круїзи.

Круїзний бренд *CDF (Croisieres de France)* був створений в 2007 році спеціально для французького круїзного ринку. Круїзний лайнер *Bleu de France* пройшов складну реконструкцію, щоб відповідати тонкому смаку французьких туристів, і почав здійснювати круїзи в 2008 році. Наприкінці 2009 року круїзний лайнер *Bleu de France* перейшов до круїзної компанії Pullmantur S.A.

Круїзний бренд *Island Cruises* орієнтований на англійський і бразильський круїзні ринки. Два круїзні лайнери цієї круїзної компанії здійснюють круїзи по Європою і Південною Америкою.

Третім за розміром круїзним холдингом в світі є круїзний холдинг *Star Cruises*. Флот круїзного холдингу складається з двадцяти круїзних лайнерів, загальною пасажиромісткістю більше 32 000 круїзних пасажирів. Чистий прибуток круїзного холдингу в 2007 році склав приблизно 100 млн.дол. До круїзного холдингу *Star Cruises* входять такі круїзні компанії:

- ✓ *Star Cruises*,
- ✓ *Cruise Ferries*,
- ✓ *Norwegian Cruise Line (NCL)*,
- ✓ *NCL America*,
- ✓ *Orient Lines*.

Круїзна компанія *Star Cruises* базується на азіатському ринку. Сім круїзних лайнерів круїзної компанії здійснюють круїзи Південно-Східною Азією і Тихоокеанським регіоном. Круїзи тривалістю від чотирьох днів і більше пропонуються на лайнерах *Star Cruises* і поєднують східну гостинність з останніми досягненнями техніки на борту круїзних лайнерів.

Круїзна компанія *Cruise Ferries* володіє одним лайнером, який, починаючи з 2001 року, здійснює круїзи з порту Кланг у Малайзії. Цей



бренд орієнтований на круїзних пасажирів, які ще ніколи не здійснювали круїзів, але хочуть дізнатися, що таке круїзи.

Круїзна компанія *NCL (Norwegian Cruise Line)* має у своєму розпорядженні круїзні лайнери, що здійснюють круїзи Середземним морем, Північною Європою, Карибськими і Канарськими островами, Південною Америкою. Круїзи NCL орієнтовані на сімейний відпочинок та молодь. На круїзних лайнерах NCL широко розвинена інфраструктура розваг для пасажирів різних вікових категорій. Каюти круїзних лайнерів NCL дозволяють розміщувати сім'ї будь-якого розміру, оскільки багато кают поєднані між собою, а в найбільших каютах категорії Garden Villa з трьома спальними кімнатами може комфортно розміститися до шести чоловік.

Круїзна компанія *NCL America* орієнтована на американський ринок і пропонує круїзи Карибськими і Гавайськими островами.

Круїзна компанія *Orient Lines* володіє одним круїзним лайнером, який здійснює круїзи Середземним морем, Північними морями, Південною Америкою та іншими круїзними напрямками. Круїзний лайнер побудований в класичному стилі і орієнтований на круїзних пасажирів, що звикли до класичного комфорту.

Крім крупних круїзних холдингів на круїзному ринку працюють і невеликі круїзні корпорації з набагато меншим обсягом перевезень круїзних пасажирів. Круїзна компанія *Regent Seven Seas Cruises (корпорація Carlson)*, що працює в сегменті luxury має п'ять круїзних лайнерів. Круїзні лайнери компанії можуть узяти на борт від 330 до 700 круїзних пасажирів кожен, забезпечуючи їм максимальну увагу і комфорт упродовж усього круїзу. Круїзні маршрути Regent Seven Seas Cruises охоплюють практично весь світ – від круїзів Французькою Полінезією до круїзів до Антарктикою.

До круїзної корпорації *Ambassadors International* входить круїзна компанія *Windstar Cruise* – круїзна компанія класу люкс. Три океанські яхти, що входять до круїзного флоту компанії, пропонують прекрасний відпочинок для 150 – 300 туристів, обслуговування під час круїзів прово-



.....
диться на рівні п'ятизіркового готелю. Круїзним пасажиром під час морських круїзів пропонують програми водних видів спорту. Яхти Windstar Cruises ходять як класичними круїзними маршрутами, так і здійснюють круїзи до екзотичних куточків світу.

До круїзної корпорації All Leisure Group plc входить круїзна компанія Swan Hellenic, яка при організації морських круїзів орієнтується в основному на мешканців Великобританії. Серед круїзних маршрутів, що пропонуються круїзною компанією, є Середземномор'я, круїзи Північною і Південною Америкою, Карибськими островами, Індійським океаном, а також круїзи на Далекий Схід.

Частина круїзних компаній не входить до складу жодних круїзних корпорацій, а розвиває на ринку свої власні бренди. Наприклад, *Silversea* – круїзна компанія, що має в арсеналі величезний досвід організації морських подорожей класу люкс. Круїзна компанія Silversea зайняла нішу круїзів класу ultra-luxury на світовому круїзному ринку. Іншим прикладом незалежної круїзної компанії є круїзна компанія *Hurtigruten* з центральним офісом в Норвегії. Компанія має у своєму розпорядженні флот з одинадцяти круїзних лайнерів, які здійснюють унікальні цілорічні круїзи уздовж узбережжя Норвегії у північному і південному напрямках, а також до Антарктики та Гренландії.

Круїзна компанія *MCS Cruises* є підрозділом *Mediterranean Shipping Company (MSC)*, яка спеціалізується на вантажоперевезеннях. Жорстка конкуренція на круїзному ринку змусила круїзну компанію MSC застосувати сучасну стратегію розвитку ринку морських круїзів. На початку 21 століття керівництво круїзної компанії взяло курс на оновлення круїзного флоту. В даний час MSC Cruises є однією з найбільших круїзних компаній в Європі, що обслуговує більше 800 000 круїзних пасажирів щорічно на 9 кораблях. Керівництво круїзної компанії планує, що до 2012 року флот компанії складатиметься з 11 круїзних лайнерів, які перевозитимуть більше 1,2 мільйонів круїзних пасажирів щорічно. На нових круїзних лай-



нерах MSC представлена концепція MSC Yacht Club, в рамках якої круїзним туристам пропонується розміщення VIP-рівня у зонах, закритих для відвідання іншими круїзними пасажирками.

В цілому круїзні компанії можна розділити на наступні класи: люкс, преміум, стандарт.

Круїзні компанії класу «Люкс»

Найдорожчий круїзний відпочинок пропонують круїзні компанії класу «Люкс». На кораблі у кожного пасажирка є власний обслуговуючий персонал, що уважно стежить за чистотою в каюті і за тим, щоб усі побажання пасажирка були якнайшвидше виконані.

У морський круїз класу «Люкс» можна відправитися на круїзному лайнері, що є справжнім витвором мистецтва, або на de-luxe-яхтах. Такі суда пропонують своїм пасажирам високий рівень безпеки і відмінні можливості для повноцінного відпочинку. За харчування на кораблі відповідають відомі кухарі зі всього світу. Раціон підбирається індивідуально відповідно до смаків кожного пасажирка.

До класу «Люкс» відносяться наступні відомі круїзні компанії: Crystal Cruises, Regent Seven Seas Cruises, SilverSea, Seabourn Cruise Line, SeaDream Yacht Club.



Crystal Cruises



Cunard Line

Рис. 4.1 – Логотипи деяких круїзних компаній класу «Люкс»



Круїзні компанії класу «Преміум»

Морський круїз класу «Преміум» розрахований на тих туристів, які цінують під час подорожі розкіш і витонченість у всьому, аж до таких дрібниць, як обробка палуби корабля. Вартість круїзного туру класу «Преміум» дещо дорожче, ніж послуги класу «Стандарт», проте і пропозицій для пасажирів більше.

На борту круїзного лайнера, що належить компанії класу «Преміум», до послуг пасажирів пропонується широкий перелік розваг і місць для відпочинку. Рівень обслуговування на кораблях такого класу дуже високий, самі кораблі є зразком вишуканості і витонченості. У кожній каюті для пасажирів завжди є свіжі фрукти і квіти. У барах та ресторанах є можливість замовити будь-яке блюдо, навіть виготовлене за власним рецептом.

До класу «Преміум» відносяться наступні відомі круїзні компанії: Azamara Cruises, Celebrity Cruises, Holland America Line, Oceania Cruises, Princess Cruises та інші.



Azamara Cruises



Celebrity Cruises



Holland America Line



Princess Cruises

Рис. 4.2 – Логотипи деяких круїзних компаній класу «Преміум»



Круїзні компанії класу «Стандарт»

Морські круїзи категорії «Стандарт» розраховані, в першу чергу, на таких пасажирів, які під час плавання хочуть не тільки побачити екзотичні міста і країни, але і розважитися за цілком доступною ціною.

Круїзні компанії класу «Стандарт» забезпечують своїм пасажиром усі види розваг на борту круїзного лайнера: різноманітні шоу-програми, нічні клуби і дискотеки з відмінними ді-джеями, численні бари і ресторани на будь-який смак. На борту працює кваліфікований обслуговуючий персонал. Пасажири мають можливість обрати каюти різного рівня комфортності.

До класу «Стандарт» відносяться наступні відомі круїзні компанії: Norwegian Cruise Line (NCL), Royal Caribbean International, Carnival Cruise Lines, Costa Cruises, MSC Cruises, P&O Cruises, Pullmantur S.A., TUI Thomson та інші.



Costa Cruises



Norwegian Cruise Line



Pullmantur



Royal Caribbean International



TUI Thomson

Рис. 4.3 – Логотипи деяких круїзних компаній класу «Стандарт»



4.4.3 Особливості обслуговування на борту круїзних лайнерів

Однією з переваг багатьох круїзів є їх безвізовість. Як відомо, у міжнародному морському законодавстві існує поняття «Капітанська віза», згідно якій пасажир зберігають свої паспорти у капітана і можуть знаходитися на березі в різних країнах до 48 – 72 годин. При цьому поведінку пасажир гарантує капітан корабля. Така організація подорожі робить його дешевшим (єдина віза, яку треба сплатити – це віза країни, з якої розпочинається круїз).

Обслуговування туристів на круїзних лайнерів передбачає ряд особливостей, про які туристи повинні бути проінформовані туроператором при бронюванні туру.

Як правило до вартості пакету включається:

- ✓ розміщення у каюті обраної категорії на весь період круїзу;
- ✓ харчування на борту, починаючи з вечері в перший день круїзу і закінчуючи сніданком в останній день (щодня: сніданок, обід, полуденний чай, вечеря, буфет для опівнічників);
- ✓ усі розважальні заходи на борту;
- ✓ відвідання всіх громадських приміщень корабля (включаючи басейни, тренажерний зал, спортмайданчики);
- ✓ послуги вихователів для дітей у міні-клубах;
- ✓ транспортування багажу в портах початку і закінчення круїзу;
- ✓ користування плавзасобами для посадки і висадки у портах, де корабель не причалює до пристані.

Додатково оплачуються:

- ✓ портові і паливні збори (указані в цінах, оплачуються обов'язково при бронюванні круїзу);
- ✓ казино, відеоігри, телефон, Інтернет, гольф-симулятор;
- ✓ напої в ресторанах корабля під час вечерь і обідів, напої в барах;
- ✓ берегові екскурсії;



- ✓ чайові персоналу;
- ✓ користування міні-баром в каюті;
- ✓ покупки в магазинах;
- ✓ послуги фотографів і інструкторів з фітнесу;
- ✓ послуги пральні, прасувальної, пошти, медпункту, перукарні, салону краси (сауна, турецька лазня, масаж, спа-процедури тощо).

Перед початком подорожі пасажери отримують круїзний квиток з вказівкою назви судна, номеру каюти, портів і дат початку і закінчення круїзу, ваучер на берегові екскурсії (якщо такі замовлені і сплачені заздалегідь).

На борту всіх судів діє система безготівкової оплати Cashless System, тобто для оплати усіх витрат, проведених на борту, окрім казино, пасажери використовують магнітну картку Cruise Card, яка видається при реєстрації на круїз і підтверджується кредитною картою або готівковим депозитом. При оплаті будь-яких послуг або товарів на борту пасажирам видаються чеки на підпис, а на Cruise Card записуються усі витрачені суми. Чеки рекомендується зберігати для уникнення можливих розбіжностей з адміністрацією з приводу витрачених коштів. Якщо під час круїзу баланс Cruise Card (що був підтверджений готівковим депозитом) наблизиться до нуля, то пасажера попросять внести додаткові готівкові кошти на рахунок. Після закінчення круїзу витрачену суму спишуть з кредитної карти (в разі підтвердження нею Cruise Card), або повернуть залишок депозиту (у разі гарантій готівковими коштами).

Круїз туристів, що не з'явилися на посадку, вважається анульованим зі штрафом 100%.

Якщо туристи запізнилися на реєстрацію на лайнер, то вони повинні в терміновому порядку проінформувати про даний інцидент генерального представника або своє агентство, вказавши, в якому з портів по маршруту вони приєднуються до круїзу. Всі витрати, пов'язані з транспортуванням пасажирів, що запізнилися, лягають безпосередньо на цих пасажирів. У випадку якщо турист не проінформує про запізнення того ж дня – його



каюта буде анулювана, штраф за ануляцією складе 100%. Усі документи, цінні речі, медикаменти необхідно покласти до ручної поклажі.

Після прибуття в порт багаж здається представникам круїзної компанії, окрім ручної поклажі. В разі неотримання багажу вчасно необхідно звернутися на стійку інформації.

Перед висадкою з корабля туристам, як правило, видаються кольорові бирки для багажу. Дані бирки за колірною гамою точно відповідатимуть часу виходу пасажирів з лайнера і місцезоташування багажу в терміналі на причалі. Для того, щоб отримати багажні бирки, туристи повинні заповнити спеціальну форму, яку доставлять в каюту в середині круїзу, вказавши бажаний час виходу з лайнера. Бирку необхідно заповнити і відірвати корінець з ідентифікаційним номером. У передостанній день круїзу разом з багажними бирками туристи отримують таблицю, в якій буде вказано, якому часу виходу відповідає колір бирки.

Після оголошення по радіо про те, що пасажирів, які мають бирки певного кольору, можуть пройти до виходу з судна, туристи виходять з лайнера і проходять до пасажирського терміналу, де знаходиться згрупований багаж з бирками відповідного кольору.

Зазвичай на кораблях каюти обладнані телевізором, телефоном, міні-баром, феном, туалетом, душем і системою кондиціонування. У ванній кімнаті є необхідна косметика – мило, шампунь, гель і шапочка для душу.

Каюти діляться на три основні типи:

- ✓ внутрішні каюти (без вікон або ілюмінаторів)
- ✓ зовнішні каюти (з вікном або ілюмінатором)
- ✓ каюти з балконом і «suite».

Всі ці основні категорії мають два основні спальні місця і одне або два додаткових місця різних видів. Зазвичай зовнішні каюти відрізняються від внутрішніх кают тільки наявністю вікна (ілюмінатору або балкону). Сьюти завжди мають вікна або балкони і завжди більші за площею, чим стандартні каюти.



Внутрішні і зовнішні каюти практично нічим не відрізняються за комплектацією і площею – тільки розташуванням на кораблі (чим вище палуба тим престижніше, а значить дорожче розміщення).

Площа внутрішніх кают коливається від 14 до 18 м² залежно від корабля. Площа зовнішніх кают коливається від 14 до 23 м². Вікна і ілюмінатори не відкриваються, відкриваються тільки двері на балкони. Сьютти зазвичай мають панорамні вікна і/або балкони та розташовуються на верхніх палубах. Часто вони комплектуються ванними з гідромасажем.

Стійка інформації знаходиться у самому центрі корабля. Співробітники круїзної компанії, що чергують біля неї, покликані вирішувати всі проблеми, що виникають у пасажирів, а також інформувати їх по всіх загальних питаннях. На більшості кораблів вона працює цілодобово.

Атмосфера на борту лайнерів достатньо демократична, тому в більшості випадків цілком прийнятним є комфортний повсякденний одяг. Більш нарядний варіант вітається при відвіданні ресторанів. На гала-вечері чоловікам рекомендується приходити в костюмі і краватці, а жінкам – у вечірній сукні. Як правило, у разі потреби костюм або смокінг можна взяти напрокат. В ресторанах не вітаються футболки, рвані джинси, шорти, спортивний одяг тощо.

Для відвідання берегових екскурсій підійде повсякденний одяг і зручне, придатне для довгих пішохідних екскурсій взуття. Для огляду екскурсійних об'єктів з релігійною тематикою необхідно мати скромний і стриманий стиль (одяг повинен прикривати коліна і плечі).

Знаходячись у круїзі, не варто забувати і про купальники, сонячні окуляри і спортивний одяг. Адже на теплоходах є відкриті палуби, басейни, спортивні майданчики.

На круїзних лайнерах у більшості випадків харчування представляє собою є повний пансіон і входить у вартість туру.

Типовий розклад харчування на борту виглядає приблизно так:

- ✓ гарячий чай і кава на палубі для любителів раннього підйому;



✓ сніданок. Звичайно в ресторані пропонують меню, що включає до 60 типових для сніданку блюд. Як альтернатива, можна поснідати на «шведському столі» або в кафе на відкритому повітрі (вибір блюд може бути меншим, проте він достатньо різноманітний);

✓ обід сервірується в основному ресторані, в ресторані зі «шведським столом», або в кафе;

✓ денний чай з бутербродами і тістечками. Часто сервірується в одному із залів відпочинку і супроводжується живою музикою або трансляцією класичної музики;

✓ вечеря – основна подія вечора, і зазвичай, за винятком першого вечора після посадки, він передбачає формальніший стиль одягу;

✓ опівнічний буфет: звичайне тематичне меню, кожен вечір присвячений різній тематиці (морепродукти, східна кухня тощо).

На багатьох лайнерах організовується Гала-полуночний буфет (зазвичай в передостанню ніч круїзу), коли шеф-кухар демонструє все своє мистецтво. Такий буфет супроводжується грандіозною презентацією.

Приведений розпорядок може варіюватися залежно від часу заходу в порти і екскурсійної програми. На багатьох сучасних лайнерах, крім основного харчування передбачені цілодобові кафетерії, де можна перекусити у будь-який час.

Крім того на багатьох кораблях є альтернативні ресторани, де за невелику плату (20-30 доларів) можна забронювати собі столик і насолодитися шедеврами кулінарного мистецтва і прекрасним сервісом у романтичній атмосфері.

Також за бажання туристи можуть замовити собі спеціальне дієтичне харчування, але за умови, що запит буде зроблений заздалегідь (в момент бронювання круїзу).

На деяких лайнерах ще зберігається «класовий» підхід до обслуговування туристів – тобто туристи з кают певної категорії відвідують певні ресторани.



Напої, в першу чергу алкогольні, на круїзних теплоходах часто оплачуються окремо тобто не входять у вартість круїзу. Кава, чай, лимонад, соки, вода з льодом, охолоджений чай зазвичай безкоштовно пропонуватися у ресторанах під час сніданку (обіду та вечері) за додаткову плату ці напої можна замовити до каюти. На деяких лайнерах у вартість вже включені різні алкогольні напої, як в барах і ресторанах, так і наявні в міні-барах кают.

Практично у будь-який час пасажир може замовити в каюту напої і закуски, але спиртні напої зазвичай подаються в години роботи барів (за окрему платню). На багатьох лайнерах стандартне обслуговування в каюті надається безкоштовно (на одних лайнерах – тільки сніданок, на інших – цілодобова можливість вибору стандартних блюд за спеціальним меню в каюті). Докладну інформацію щодо обслуговування в каюті на конкретному лайнері потрібно уточнювати під час бронювання.

Спектр розваг під час круїзу вельми широкий і різноманітний. Він ретельно розробляється з урахуванням того, що на борту лайнера подорожують пасажирів різних національностей і різних смаків. Туристи завжди зможуть знайти захід, який буде їм цікаво відвідати: щовечірнє шоу (кабаре, концерти, мюзикли, виступи ілюзіоністів тощо), дискотека, концерти живої музики в різних холах, конкурси і змагання. Протягом дня в різних холах та на відкритих палубах команда аніматорів організовуватиме безліч ігор, конкурсів, шоу, турнірів.

На борту багатьох лайнерів працює казино. Згідно з міжнародними законами казино відкривається на час знаходження лайнера у відкритому морі, і вхід дозволяється повнолітнім відпочиваючим.

Крім всього, у відпочиваючих є можливість скористатися послугами фітнес-центру: спортзал, бігова доріжка, сауна, джакузі, басейн тощо (набір таких послуг може варіюватися на різних лайнерах). На деяких лайнерах є навіть каток, стіна для занять скелелазінням, басейн для серфінгу.

На сучасних кораблях обладнані SPA-центри, у яких за додаткову



плату пропонують масу оздоровчих процедур. У SPA-центри і салони краси рекомендується записуватися заздалегідь.

Для дітей всі розваги на борту продумані так, щоб у них не було часу нудьгувати. Під наглядом спеціальної анімаційної команди діти можуть провести час в групі, що відповідає їх віку (зазвичай групи ділять таким чином: 3-6 років, 7-11 років, 12-14 років і 15-17 років).

Крім того, на борту лайнерів діє всім доступна бібліотека з чудовою підбором книг. На деяких кораблях відкриті художні галереї.

Всі сучасні лайнери пропонують послуги Інтернет-кафе на борту. На багатьох лайнерах обладнано підключення до Інтернету в каюті, а сучасні кораблі пропонують послугу безпроводного Інтернету. Ця послуга платна.

На деяких лайнерах обладнані пральні самообслуговування з пральними машинами, сушками і прасувальними дошками. Практично на всіх лайнерах пропонуються послуги прання і прасування речей, а також хімічистки. Докладний перелік і прейскурант можна буде знайти в каюті.

Тільки кораблі, зареєстровані у Великобританії і Норвегії, зобов'язані згідно із законом мати ліцензованого лікаря або обладнаний госпіталь на борту. Проте, сьогодні практично всі лайнери пропонують кваліфіковану медичну допомогу. На борту кожного корабля є медцентр, призначений для вирішення екстрених або нескладних медичних проблем. Бортовий лікар зазвичай бере плату за свої послуги. В момент бронювання каюти турист зобов'язаний повідомити круїзну компанію про будь-які істотні проблеми із здоров'ям, що вимагають особливого медичного догляду.

Наявність на кораблях супутникового зв'язку дозволяє туристам безперешкодно робити дзвінки, отримувати і відправляти факси.

Безкоштовний сейф є в деяких каютах і на стійці реєстрації.

Важливим аспектом також є чайові, сума чайових не може бути фіксованою, але в середньому вони складають (на чоловіка на добу):

- ✓ офіціантові в основному ресторані 3-4 доларів;



- ✓ метрдотелеві в основному ресторані 1,5-2 доларів;
- ✓ стюардові 3-3,5 доларів;
- ✓ дворецькому 4-6 доларів.

На ряді лайнерів наприкінці круїзу в каюту приносять конвертики для вищезгаданого обслуговуючого персоналу – очікується, що пасажери покладуть в ці конвертики готівку в сумі, вказаній вище (з розрахунку на день). На більшості лайнерів чайові автоматично додаються до бортового рахунку і підлягають оплаті наприкінці круїзу (готівкою або кредитною картою). Безумовно, вважається, що чайові суто особиста справа кожного пасажера, але відмовлятися від сплати чайових без належної на те підстави не прийнято. Також прийнято залишати чайові гідові і водієві автобуса під час берегових екскурсій.

Плануючи берегові екскурсії, круїзні компанії виходять з припущення, що туристи відвідують той або інший порт вперше в житті. Тому вони прагнуть показати всі визначні пам'ятки, пропонуючи широкий спектр берегових екскурсій. Екскурсії проводяться на тій мові, яка офіційно використовується на борту лайнера.

Берегові екскурсії не є обов'язковими, тому їх вартість практично ніколи не входить у вартість круїзу.

Екскурсії круїзних компаній. Екскурсії можна забронювати у будь-який час з дня посадки до дня напередодні екскурсій. Оплата екскурсій також проводиться на борту. Деякі екскурсії передбачають обмежену кількість місць, тому їх рекомендується бронювати заздалегідь.

Наземні програми. Деякі компанії пропонують на додаток до круїзу можливість організації наземної програми в порту відправлення і/або прибуття лайнера. Це спеціальна пропозиція для туристів, охочих продовжити свій відпочинок.

Після прибуття в порт представники місцевої влади проводять документаційну інспекцію лайнера, після закінчення якої пасажирів запрошують пройти до трапів.



Спочатку на берег виходять учасники берегових екскурсій, потім – пасажери, які виходять самотійно. Вихід і вхід на лайнер відбуваються по бортових пластикових картах, які необхідно пред'являти для перевірки службі безпеці. Пасажири можуть вільно виходити на берег у будь-який час і аналогічним чином повертатися на борт лайнера. Але слід пам'ятати, що всі пасажери повинні повернутися на борт лайнера не пізніше, ніж за 60 хвилин до відплиття. Лайнер не чекає на туристів, що запізнилися, і наздоганяти його необхідно буде за свій рахунок.

У найекстремішому випадку, якщо туристи все-таки з якоїсь причини запізнилися, їм необхідно зв'язатися з портовим агентом (координати портового агента завжди вказані в щоденних програмах), який допоможе їм організувати необхідне розміщення і транспортування.

Багато круїзних компаній рекомендують оформляти страховки від можливої ануляції поїздки. Дана страховка набуває чинності при:

- ✓ смерті Страхувальника або його близького родича;
- ✓ хворобі (травми) Страхувальника або близького родича, отриманій не раніше, чим за 15 днів до дати виїзду за умови необхідності лікування в стаціонарі;
- ✓ неотримання в'їзної візи;
- ✓ необхідності явки до суду для участі в судовому процесі;
- ✓ дострокового повернення Страхувальника внаслідок хвороби, лікування якої необхідне в стаціонарі, і/або смерті близьких родичів.

Також рекомендується оформити страховку багажу.

Ряд круїзних компаній пропонує власні страхові послуги, наприклад, компанії Princess Cruises, Holland America Line, Windstar Cruises пропонують страхування від невиїзду з можливістю відмови від круїзу без пояснення причини.

При розміщенні дитини третім або четвертим пасажиром в каюті більшість круїзних компаній пропонують значні знижки, які можуть досягати 100%. Максимальний вік дітей (до якого віку пасажир вважається дити-



ною) кожна компанія визначає самотійно (7, 12, 17, 18 років). Існують також обмеження по мінімальному віку дитини: більшість круїзних компаній не допускають на борт дітей молодше 6 місяців, є круїзні компанії, які обмежують мінімальний вік дитини 2 роками. Діти до 18 років не можуть здійснювати круїз самотійно, без супроводу батьків або опікунів.

Внаслідок відсутності на лайнерах спеціального обладнання, на борт не допускаються вагітні жінки, термін вагітності яких на момент закінчення круїзу перевищить 6 місяців.

На борту практично всіх лайнерів є певна кількість кают обладнаних для людей з обмеженими можливостями. Рекомендується відправлятися в таку подорож з компаньйоном і попереджати про характер захворювання і потребах хворого ще на етапі бронювання круїзу. Інакше, за відсутності можливості створити спеціальні умови, таким туристам може бути відмовлено в посадці на борт.

Круїзні компанії не допускають на борт тварин, за винятком спеціально виучених тварин для супроводу пасажирів з фізичними вадами (за попереднім погодженням з круїзною компанією).

На більшості лайнерів створені зони для тих, хто палить і тих, хто не палить. У будь-якому випадку, паління повсюдно заборонене в ліфтах, ресторанах і театрах. Куріння сигар і люльок дозволяється тільки на відкритих палубах або в сигарних кімнатах.

Капітан залишає за собою право висадити з корабля пасажирів, поведінка яких може загрожувати безпеці і комфорту інших відпочиваючих.

4.4.4 Особливості організації круїзів

Міжнародні круїзи здійснюються відповідно до положень Афінської конвенції «Про перевезення пасажирів і їх багажу по морю» і правил конкретного перевізника. Згідно з цими Правилами у більшості випадків для участі в круїзах не допускаються особи молодше 21 року (без супроводу



старших: батьків або опікуна старше 25 років); не приймаються заявки на бронювання шкільних груп; круїзні компанії мають право відмовити пасажирів в посадці на лайнер за медичними показаннями. У зв'язку з цим при укладенні договору на круїз туристам необхідно уважно ознайомитися з правилами і умовами його проведення.

При формуванні власних круїзних маршрутів на орендованих лайнерах, після укладення договору турфірма має право розпочинати реалізацію путівок на круїзні рейси.

У договорах на оренду судів вказується:

- ✓ кількість і найменування судів;
- ✓ кількість місць на них по категоріях;
- ✓ маршрути круїзів і їх терміни;
- ✓ кількість постільної білизни на один рейс для кожного судна і їх вартість;
- ✓ вартість квитків на кожен рейс, загальну суму оплати за договором;
- ✓ відповідальність сторін.

Оплата за перевезення туристів повинна проводитися не менше чим за 15 днів до початку рейсу.

Крім договору на оренду транспортного засобу турфірма повинна укласти договори:

- ✓ з управлінням ресторанної служби на надання послуг харчування туристам;
- ✓ з приймаючими організаціями на надання екскурсійного обслуговування;
- ✓ з кінопрокатними або відеопрокатними підприємствами для отримання кіно- або відеокопій для демонстрації їх в кінозалах теплоходів;
- ✓ з бібліотеками на забезпечення рейсів книгами;
- ✓ з музичними колективами, артистами, лекторами тощо.

У період між туристськими рейсами (з часу закінчення одного рейсу



і до моменту початку іншого) власник корабля має право використовувати судно на свій розсуд.

На пасажирів, що мандрують на круїзних судах, у всіх випадках, не передбачених спеціальними правилами, розповсюджуються всі правила перевезення пасажирів, ручної поклажі і багажу, встановлені для звичайних пасажирів.

Судновласник зобов'язаний дотримуватися встановленого розкладу руху судна. Про всі виникаючі зміни і відхилення в розкладі руху судна в разі затримки приходу судна до порту і скорочення часу стоянки адміністрація судна зобов'язана оповістити про це працівників туристського круїзу і туристів, прийняти заходи до виконання програми обслуговування туристів.

В разі зміни встановленого розкладу руху судна, що викликало порушення програми обслуговування туристів, винна сторона оплачує іншій стороні її фактичні збитки.

Якщо судновласник по будь-яких причинах не може надати судно, передбачене договором, то він надає туристській організації інше однотипне судно. В разі непредставлення судна в строк, передбачений договором, або неможливості виконання круїзної програми в повному обсязі – час затримки судна, продовження або скорочення круїзу більш, ніж на 12 годин, виключається з періоду оплати оренди або, за погодженням сторін, круїз продовжується на час затримки або скорочення.

В разі вини однієї із сторін винна сторона сплачує іншій стороні її фактичні збитки, пов'язані з цією затримкою, продовженням або скороченням рейса.

У випадку, якщо судно надає в період проведення круїзу допомогу судну або людям, що терплять лихо на морі, судновласник відповідальності за затримку рейса перед турфірмою не несе. Рейс з відома сторін продовжується на той час, який був витрачений на надання допомоги. За час, що був використаний на надання допомоги, додаткова орендна плата і



плата за харчування туристів не стягуються.

В дні посадки і висадки туристів орендна плата за період дії договору обчислюється зазвичай із розрахунку годинної вартості оренди судна в добу.

Туристська організація несе відповідальність перед судновласником за прострочення платежів за оренду судна, термін виплати яких встановлений договором. Сторони мають право анулювати договір не пізніше, ніж за три місяці до початку рейса. В разі ануляції договору пізніше, ніж за 3 місяці до початку рейса, сторона, що анулювала договір, відшкодовує іншій стороні збиток, сума якого не повинна перевищувати 50% вартості орендної плати за рейс. Загальний розмір збитку визначається сторонами.



Контрольні питання і завдання

1. Визначте загальні принципи організації авіаперевезень
2. Назвіть міжнародні організації, що опікуються питаннями авіаперевезень. Визначте їх основні функції та напрями діяльності.
3. Охарактеризуйте поняття «чартерних авіаперевезень». Визначте їх значення при організації туристських маршрутів.
4. Назвіть основні види чартерів. Дайте їм стислу характеристику.
5. Наведіть загальні принципи роботи «бюджетних авіакомпаній». Які види «low-cost» перевізників Ви знаєте?
6. Визначте сутність та роль комп'ютерних систем бронювання при організації туристських поїздок.
7. Назвіть основні комп'ютерні системи бронювання. Дайте їм характеристику.
8. Які комп'ютерні системи бронювання набули поширення в Україні?
9. Які види автотранспорту, що використовується при обслуговуванні туристів, Ви знаєте?



10. Дайте порівняльну характеристику основним видам автотранспорту.
11. Охарактеризуйте основні принципи надання автотранспорту в прокат. Які найбільш поширені компанії з надання автотранспорту в прокат Ви знаєте?
12. Назвіть особливості використання залізничного транспорту при організації туристських поїздок.
13. Дайте характеристику поняттю «залізничний круїз». Назвіть найбільш відомі «залізничні круїзи», дайте їм стислу характеристику.
14. Дайте характеристику основним видам водного транспорту.
15. Назвіть найбільш відомі круїзні компанії. Складіть порівняльну характеристику круїзних компаній за класом обслуговування.
16. Які принципи обслуговування туристів використовуються при організації круїзів?





ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ

AI (All Inclusive) – усе включено – система обслуговування в готелях, за якої харчування, напої і окремі види послуг не потребують додаткової оплати

BB (Bed and Breakfast) – розміщення в готелі зі сніданком

BBT (Bed and Breakfast, Treatment) – розміщення в готелі зі сніданком і лікуванням

CRS (computer reservations system) – комп'ютерні системи резервування

FB (Full Board) – повний пансіон – розміщення в готелі зі сніданком, обідом і вечерею

FBT (Full Board and Treatment) – розміщення в готелі з повним пансіоном і лікуванням

GDS (Global Distribution System) – глобальна дистриб'юторська система – міжнародна комп'ютерна система бронювань.

GTA (Gullivers Travel Associates) – глобальний провайдер туристичних послуг

HB (Half Board) – напівпансіон – розміщення в готелі зі сніданком і вечерею

HBT (Half Board and Treatment) – розміщення в готелі зі напівпансіоном і лікуванням

IATA (International Air Transport Association) – Міжнародна асоціація повітряного транспорту

ICAO (International Civil Aviation Organization) – Міжнародна організація цивільної авіації

IMO (International Maritime Organization) – Міжнародна морська організація

UAI (Ultra All Inclusive) – ультра все включено – програма «Все включено» плюс спеціалізовані ресторани а-ля карт і алкогольні напої імпортного виробництва без обмеження



UNWTO – (United Nations World Tourism Organization) – Всесвітня туристська організація (до 2003 року мала назву ВТО)

ДСТКУ – Державна Служба Туризму і курортів України

ДСТУ – Державний стандарт України

ЄС – Європейський Союз

к.с. – категорія складності

ккал – кілокалорії

КРС – контрольньо-рятувальна служба

КСБ – комп'ютерні системи бронювання

МКК – Маршрутно-кваліфікаційна комісія

НБУ – Національний Банк України

ПС – повітряне судно

СНД – Співдружність незалежних держав

СРСР – Союз Радянських Соціалістичних республік

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю

у.о. – умовна одиниця

УРСР – Українська Радянська Соціалістична Республіка

ФОП – Фізична особа-підприємець



ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В. В. Історія туризму: підруч./ В. В. Абрамов, М. В. Тонкошкур. – Харків: Видавництво «Форт», 2010. – 286 с.: іл.
2. Абрамов В. В. Спортивний туризм: підруч. / В. В. Абрамов; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х: ХНАМГ, 2011. – 368 с.
3. Александрова А. Ю. Международный туризм / А. Ю. Александрова – М.: Аспект Пресс, 2001. – 461 с.
4. Алексеев А. А. Питание в туристском походе. / А. А. Алексеев. – М.: 2005. – 64 с.: ил.
5. Аркин Я. Г. Обеспечение безопасности в горах: Метод. рекомендации. / Я. Г. Аркин, П. П. Захаров, В. Д. Саратовкин. – М.: ЦРИБ «Турист», 1989. – 48 с.
6. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Учебное пособие / А. В. Бабкин – М.: Советский спорт, 2008. – 252 с.
7. Байковский Ю. В. Классификация и особенности формирования горных неолимпийских видов спорта. / Ю. В. Байковский – М.: Вертикаль, Анита-пресс, 2005. – 256 с., ил.
8. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание: учеб. пособ. / С. И. Байлик. – К.: Дакор, 2006 – 288с.
9. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. / С. И. Байлик. – К.: ВИРА-Р, 2001. – 208 с.
10. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство: учебник для студ. высш. учеб. заведен. / С. И. Байлик. – К.: Дакор, 2009. – 368 с.
11. Батырев М. К. Спортивное питание. / М. К Батырев, Т. М. Батырева. – СПб: Издательский дом «Питер», 2005. – 144 с.: ил.
12. Биржаков М. Б. Введение в туризм. Издание 9-е, переработанное и дополненное / М. Б. Биржаков – СПб.: «Издательский дом Герда», 2007. – 576 с.



13. Боголюбов В. С. Экономика туризма. / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская – М.: Академия, 2005. – 192 с.
14. Булашев А. Я. Спортивно-оздоровительный туризм. / А. Я. Булашев. – Харьков: ХДАФК, 2003. – 192 с.
15. Булашев А. Я. Спортивный туризм: Учебник. / А. Я. Булашев. – Харьков: ХГАФК, 2009. – 332 с.
16. Булгаков А. А. Велосипедный туризм / А. А. Булгаков. – М.: Ключ, 1998. – 624 с.: ил.
17. Вавилова Е. В. Основы международного туризма: Учебное пособие. / Е. В. Вавилова. — М.: Гардарики, 2005. – 160 с.
18. Волков Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнесб учебн. / Ю. Ф. Волков. – Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 352 с.
19. Волков Ю. Ф. Гостиничный и туристский бизнес. – [2-е изд.]. / Ю. Ф. Волков. – Ростов н/Д.: Феникс, 2009. – 637 с.
20. Ганопольский В. И. Туризм и спортивное ориентирование: Учебник для ин-тов и тех-мов физич. культуры / В. И. Ганопольский. – М.: Физкультура и спорт, 1987. – 240 с.
21. Годы и тропы: Альманах Харьковского областного туристского спортивного союза, выпуск третий / Под редак. В. В. Абрамова. – («Беседы о безопасности»). – Харьков: «Новое слово», 2008. – 274 с.: ил.
22. Годы и тропы: Альманах Харьковского областного туристско-спортивного союза, выпуск второй / Под редакцией В. В. Абрамова. – Харьков: «Новое слово», 2006. – 436 с.
23. Годы и тропы: К пятидесятилетию харьковского спортивного туризма / Отв. ред. В. В. Абрамов. – Харьков: Кн. Рекламное агентство «РА», 2000. – 332 с.: ил.
24. Горохов В. А. Парки мира / В. А. Горохов, А. Б. Лунц – М.: Стройиздат, 1985. – 328 с.
25. ГОСТ 28681.4-95 Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц: Международный стандарт. – [Электронный ре-



сурс] – Режим доступа: <http://www.gosthelp.ru/home/download.php?list.15>.

26. ГОСТ 30389-95/ ГОСТ Р 50762-95 Общественное питание. Классификация предприятий: Международный стандарт. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gosthelp.ru/text/GOST3038995Obshchestvennoe.html>.

27. Гуляев В. Г. Туристские перевозки: (документы, правила формуляры, технология). / В. Г. Гуляев. – М.: Финансы и статистика, 2003 – 368с.: ил.

28. Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки: Затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 29.04.2002 р. № 583 // Офіційний вісн. України. – 2002. – № 18. – С. 143–154.

29. Дехтяр В. Д. Основи оздоровчо-спортивного туризму: Навч. посіб. для закл. освіти. / В. Д. Дехтяр. – К.: Науковий світ, 2003. – 203 с.

30. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм: Сучасні концепції менеджменту і маркетингу. Навчальний посібник / О. Ю. Дмитрук – К.: Альтерпрес, 2004. – 192 с.

31. Дмитрук О. Ю. Спортивно-оздоровчий туризм. Навчальний посібник. – 2-вид., перероб. та допов. / О. Ю. Дмитрук, Ю. В. Щур. – К.: «Альтерпрес», 2008. – 280 с., іл.

32. ДСТУ 3862-99 Ресторанне господарство. Терміни та визначення. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.nau.kiev.ua/nau10/ukr/getcnt.php?uid=1022.260.0&nobreak>.

33. ДСТУ 4268:2003 Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.kurort-service.com/uploads/assets/file/per.pdf>.

34. ДСТУ 4269:2003 Послуги туристичні. Класифікація готелів. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до стандарту: <http://www.ukr-hotels.com/files/File/4269-2003.pdf>.

35. ДСТУ 4281:2004 Заклади ресторанного господарства. Класифікація. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://3umf.com/doc/449/>.



36. ДСТУ 4527:2006 Послуги туристичні. Засоби розміщування. Терміни та визначення. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.prohotel.tv/forum/index.php?autocom=downloads&showfile=439>.
37. Дудкіна О. П. Регіональні особливості розвитку рекреаційних зон (методичні та організаційно-економічні основи) / О. П. Дудкіна. – К.: ВПЦ «Київський університет», 1999. – 124 с.
38. Жарков Г. Н. Правовое обеспечение международного туризма: Учебно-практическое пособие / Г. Н. Жарков. – К.: Кондор, 2004. – 486 с.
39. Забалдіна Ю. Б. Маркетинг туристичного підприємства: Навчальний посібник. / Ю. Б. Забалдіна– К.: Музична Україна, 2002. – 196 с.
40. Зорин И. В. Энциклопедия туризма: Справочник / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 368 с.
41. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учебник. – Е. Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 480 с: ил.
42. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко. – Мн.: Новое знание, 2000.
43. Квартальнов В. А. Международный туризм: Политика развития / В. А. Квартальнов, А. А. Романов – М.: Сов. спорт, 1998. – 142 с.
44. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. / В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
45. Крымская Б. А. Справочник официанта / Б. А. Крымская, В. В. Балашов. – М.: Экономика, 1986. – 192 с.
46. Кусков А. С. Курортология и оздоровительный туризм / А. С. Кусков, О. В. Лысикова. – Ростов н/Д: «Феникс», 2004. – 320 с.
47. Любіцева О. О. Методика розробки турів. Навчальний посібник. / О. О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2003. – 104 с.
48. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева – К.: Альтерпрес, 2003. – 436 с.
49. Ляпина И. Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. / И. Ю. Ляпина. – М.: ПрофОбразИздат, 2001. – 231 с.



50. Маринин М. М. Туристские формальности и безопасность в туризме. / М. М. Маринин. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 144 с.: ил.
51. Немоляева М. Э. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра / М. Э. Немоляева, Л. Ф. Ходорков – М., 1985. – 256 с.
52. Нечаюк Л. І. Готельно – ресторанний бізнес: Менеджмент: Навчальний посібник / Л. І. Нечаюк , Н. О. Телеш. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 348 с.
53. Новиков В. С. Инновации в туризме. / В. С. Новиков. – М.: ИЦ «Академия», 2007. – 208 с.
54. Нормативно-правові акти України з питань туризму: Збірник законодавчих та нормативних актів / Упоряд. М. І. Камлик. – К.: Атіка, 2004. – 464 с.
55. Оробейко Е. С. Организация обслуживания: рестораны и бары: учебное пособие / Е. С. Оробейко, Н. Г. Шредер. – М.: Альфа-М; Инфра-М, 2006. – 320 с.: ил.
56. Осипова О. Я. Транспортное обслуживание. Обслуживание туристов: Учебник / О. Я. Осипова. – М.: Академия, 2006. – 384 с.
57. Основы туристской деятельности: учебник / Е.Н. Ильина, Г.И. Зорина, Е.В. Мошняга и др. – М.: Советский спорт, 2004.-200 с.
58. Папирян Г. А. Международные экономические отношения: Экономика туризма / Г. А. Папирян – М.: Финансы и статистика, 2000. – 208 с.
59. Пересічний О. В. Готельно-ресторанний бізнес, стан та перспективи розвитку. / О. В. Пересічний. – К.: Знання . – 2007. – 430 с.
60. Писаревський І. М. Матеріально-технічна база готелів: підручник / І. М. Писаревський, А. А. Рябєв. – Х.: ХНАМГ, 2009. – 276 с.
61. Правила користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг, затверджені наказом Державної туристичної адміністрації України від 16.03.2004 №19 та зареєстровані в Мін'юсті України 02.04.2004 за №413/9012. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://lawua.info/jurdata/dir206/dk206012.htm>.



62. Правила обов'язкової сертифікації послуг з тимчасового розміщення (проживання) із змінами і доповненнями, внесеними наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 3 вересня 2007 року N 207 – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://lawua.info/bdata2/ukr2303/index.htm> та villegas.ua/content/view/3878/36/lang,ukrainian/.

63. Про туризм: Закон України № 1282-IV – ВР від 18.11.2003 // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 13. Ст. 180.

64. Сапрунова Н. С. Туризм: еволюція, структура, маркетинг. / Н. С. Сапрунова. – М.: Ось-89, 1997.- 160 с.

65. Сенин В. В. Организация международного туризма. / В. В. Сенин. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 400 с.

66. Сокол Т. Г. Організація туристичної діяльності в Україні: Навчальний посібник. – К.: «Рокор», 2001. – 200 с.

67. Сокол Т. Г. Основы туристической деятельности: Підручник / Т. Г. Сокол. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.

68. Статистика туризма: Совместный доклад Генерального секретаря и Всемирной туристской организации [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.unstats.un.org/unsd/statcom/doc08/2008-7-Tourism-R.pdf>

69. Степанов Е. Г. Основы курортологии: учебное пособие. / Е. Г. Степанов. – Харьков: ХНАГХ, 2006. – 326 с.

70. Тонкошкур М. В. Туристське країнознавство: Підручник / М. В. Тонкошкур, М. М. Покоłodна, І. Л. Полчанінова; Харк. нац. акад. міськ госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – 475 с.

71. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник. – М.: Аспект-Пресс, 2002. – 367 с.

72. Туристские спортивные маршруты: Перечень классифицированных туристских спортивных маршрутов на 1989-1992 годы / Составитель: В. Ю. Попчиковский. – М.: Профиздат, 1989. – 192 с.



73. Увесь світ у цифрах і фактах: Довідник. -2-е вид., випр. та допов. – К.: Мапа, 2002. – 127 с.
74. Ушаков Д. С. Прикладной тулоперейтингу: учебн. пособие. / Д. С. Ушаков. – М.: ИКЦ «МарТ», 2004 г. – 416 с.
75. Федорченко В. К. Туристський словник-довідник: Навч. посіб. / В. К. Федорченко, І. М. Мініч – К.: Дніпро, 2000. – 160 с.
76. Федотов Ю. Н.. Спортивно-оздоровительний туризм: ученик/ Ю. Н. Федотов, І. Е. Востоків. – М.: Светский спорт, 2002. – 364с.: ил.
77. Филипповский Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства. / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М: Финансы и статистика, 2006. — 176 с.
78. Храбовченко В. В. Экологический туризм / В. В. Храбовченко. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 208 с.
79. Христов Т. Т. Религиозный туризм: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Т. Т. Христов – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 288 с.
80. Энциклопедия туриста / Е. И. Тамм, Ю. Н. Александров, А. Х. Абуков, и др. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1993. – 607 с.

ЕЛЕКТРОННІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

- | | |
|--|--------------------------------------|
| www.anextour.com.ua | - сайт тулоператору Anex Tour |
| www.nord.com.ua | - сайт тулоператору Nord Travel Kiev |
| www.pegast.com.ua | - сайт тулоператору Pegas Touristik |
| www.akkord-tour.com.ua | - сайт тулоператору Аккорд- тур |
| www.alf-ua.com | - сайт тулоператору Альф |
| www.artex.com.ua | - сайт тулоператору Артекс |
| www.kuda.net.ua | - сайт тулоператору Давай відпочивай |
| www.idriskatour.com.ua | - сайт тулоператору Ідріска тур |
| www.impalatravel.com | - сайт тулоператору Імпала тревел |



www.incomartour.kiev.ua	- сайт туроператору Інкомартур
www.kandagar.com	- сайт туроператору Кандагар
www.kk.kiev.ua	- сайт туроператору Карибський Клуб
www.coral.ru	- сайт туроператору Корал тревел
www.conti-plus.com.ua	- сайт туроператору Конті плюс
www.meest-tour.com.ua	- сайт туроператору Міст-Тур
www.natalyvoyage.com.ua	- сайт туроператору Наталі Вояж
www.oasis.com.ua	- сайт туроператору Оазис
www.panukraine.kiev.ua	- сайт туроператору Пан Укрейн
www.proland.kiev.ua	- сайт туроператору Проланд
www.sam.ua	- сайт туроператору САМ
www.siesta.kiev.ua	- сайт туроператору Сієста
www.cita-travel.com.ua	- сайт туроператору Сіта Тревел
www.teztour.com	- сайт туроператору Тез Тур
www.turtess.com.ua	- сайт туроператору Туртесс тревел
www.tour-ethno.com	- сайт туроператору Тур Етно
www.ukrrom.com	- сайт туроператору Укрром
www.ukrferry-tour.com	- сайт туроператору Укрферрі тур
www.feerie.com.ua	- сайт туроператору Феєрія
www.tourism.gov.ua	- сайт Державної служби туризму і курортів
www.world-tourism.org	- сайт ВТО (ЮНВТО)



ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТСЬКИХ МАРШРУТІВ	6
1.1. Поняття туристського маршруту, його місце та значення.....	6
1.2. Основні вимоги до планування туристських маршрутів.....	8
1.3. Сутність та класифікація спортивних туристських походів. Інші види активного відпочинку.....	19
1.4. Планування туристського маршруту.....	28
1.4.1. Основні етапи розробки спортивно-оздоровчих маршрутів.....	29
1.4.2. Методика розробки маршруту спортивного походу.....	38
1.4.3. Особливості розробки комерційних туристських маршрутів.....	47
Контрольні питання і завдання	48
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ТУРИСТСЬКИХ МАРШ- РУТІВ З АКТИВНИМ СПОСОБОМ ПЕРЕСУВАННЯ.....	50
2.1. Комплектування туристської групи.....	50
2.2. Безпека туристських походів.....	55
2.3. Матеріальне забезпечення походу. Туристське спорядження.....	67
2.4. Організація харчування в туристському поході.....	79
2.5. Особливості проходження туристських маршрутів.....	82
2.5.1. Організація туристського табору.....	82
2.5.2. Режим і розпорядок похідного дня. Особливості руху туристської групи.....	84
2.6. Методика оформлення маршруту. Маршрутна документація.....	95
Контрольні питання і завдання.....	98
РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ КОМЕРЦІЙНИХ ТУРИСТСЬКИХ ПОДО- РОЖЕЙ. ТУРОПЕРЕЙТИНГ	100
3.1. Організатори туризму: туроператори і турагенти.....	100
3.1.1. Класифікація та функції туроператорів и турагентів.....	100
3.1.2. Нормативно-законодавча база провадження туроператорської та ту- рагентської діяльності. Особливості діяльності туроператорів та ту- рагентів.....	105
3.1.3. Ліцензування туроператорської та турагентської діяльності.....	111
3.1.4. Основні принципи взаємодії туроператорів і турагентів. Договірні відносини.....	115
3.1.5. Бонусні та комісійні програми туроператорів. Турфірми- консолідатори	123
3.1.6. Системи пошуку та бронювання турів туроператорів масового ринку.....	130



3.1.7	Договірні відносини організаторів туризму і туристів.....	137
3.2.	Страховання туристів.....	141
3.3.	Організація обслуговування та надання послуг в засобах розміщення	150
3.3.1.	Особливості обслуговування в готелях та договірні відносини з підприємствами розміщення.....	150
3.3.2.	Класифікація підприємств готельного господарства.....	159
3.4.	Особливості організації харчування туристів при організації туристських подорожей.....	167
3.5.	Організація екскурсійного обслуговування туристів.....	173
	Контрольні питання і завдання.....	182
	РОЗДІЛ 4. ТРАНСПОРТНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ТУРИЗМІ.....	184
4.1.	Організація обслуговування на повітряному транспорті.....	184
4.1.1.	Загальні принципи авіап перевезень.....	184
4.1.2.	Чартерні рейси як засіб для організації масових туристських авіап перевезень.....	197
4.1.3.	Бюджетні авіакомпанії – новий напрям в організації перевезення туристів.....	210
4.1.4.	Комп’ютерні системи бронювання авіаквитків.....	216
4.2.	Обслуговування туристів автотранспортом.....	225
4.2.1.	Класифікація автотранспорту та принципи організації автобусних турів.....	225
4.2.2.	Послуги з надання автотранспорту в оренду.....	237
4.3.	Організація залізничних подорожей.....	243
4.3.1.	Загальна класифікація та особливості використання залізничного транспорту.....	243
4.3.2.	Організація спеціальних туристських потягів.....	255
4.4.	Організація обслуговування туристів водним транспортом.....	263
4.4.1.	Загальна характеристика і класифікація водних подорожей.....	263
4.4.2.	Характеристика ринку морських круїзів.....	268
4.4.3.	Особливості обслуговування на борту круїзних лайнерів.....	278
4.4.4.	Особливості організації круїзів.....	287
	Контрольні питання і завдання.....	290
	ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ.....	292
	ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ.....	294
	ЗМІСТ.....	302

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

ПИСАРЕВСЬКИЙ Ілля Матвійович

ТОНКОШКУР Максим Васильович

ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТСЬКИХ МАРШРУТІВ

Підручник

Відповідальний за випуск *І. М. Писаревський*

Друкується за авторською редакцією

Комп'ютерний набір та верстання *М. В. Тонкошкур*

Дизайн обкладинки *Г. А. Коровкіна*

Підп. до друку 09.09.2010 р.
Друк на ризографі
Зам. №

Формат 60 x 84/16
Ум. друк. арк. 12,8
Тираж 500 пр.

Видавець і виготовлювач:
Харківська національна академія міського господарства,
вул. Революції, 12, Харків, 61002
Електронна адреса: rektorat@ksame.kharkov.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 4064 від 12.05.2011р.